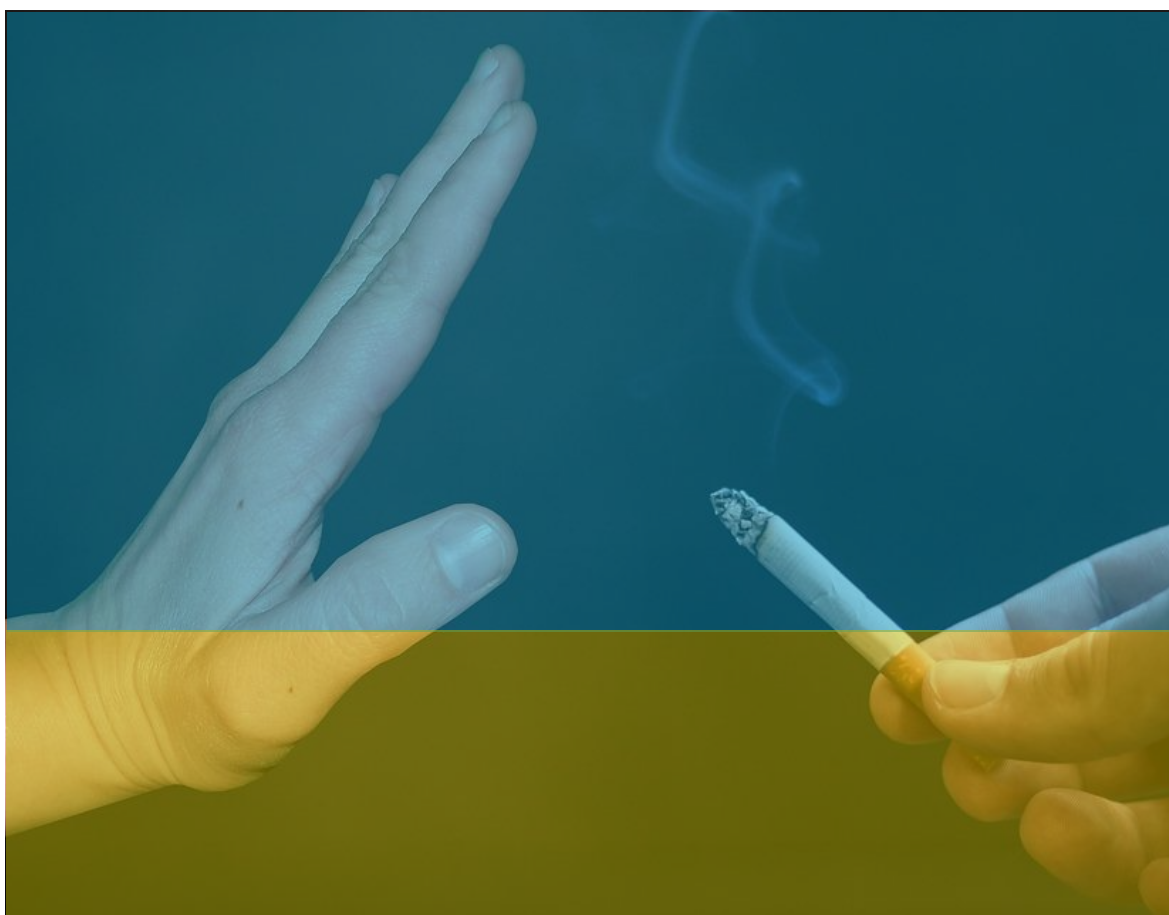


Het organiseren van een stoppen-met-roken-training voor rokers uit kwetsbare groepen

Handleiding



Gert-Jan Meerkerk (Onderzoeksinstituut IVO)
Ursula Dewkalie (Indigo Haaglanden onderdeel van de Parnassiegroep)
Marco Looyé (Jellinek Utrecht onderdeel van Arkin)
Zeynep Sarikaya (Indigo Haaglanden onderdeel van de Parnassiegroep)
Barbara van Straaten (Onderzoeksinstituut IVO)
Gera Nagelhout (Onderzoeksinstituut IVO)

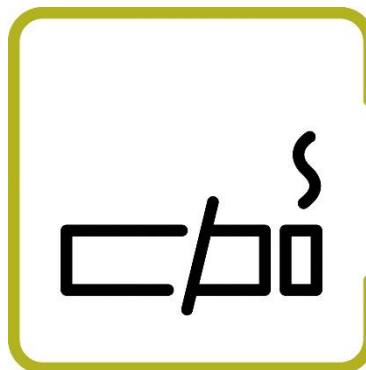
November 2019

Inhoud

Samenvatting	3
1 Introductie	4
2 Locatie SMR-training	6
3 Werving	7
3.1 Passieve benadering potentiële deelnemers SMR-training	7
3.2 Actieve benadering potentiële deelnemers SMR-training	7
3.3 Actieve benadering potentiële deelnemers SMR-training via intermediairs	8
3.4 Registratie.....	9
3.5 Financiële aspecten	10
3.6 Motiveren om te stoppen met roken.....	10
4 Inhoud SMR-training	11
5 Besluit	13

Samenvatting

Roken komt relatief vaak voor bij mensen uit kwetsbare groepen. Rokers uit kwetsbare groepen worden minder goed bereikt door aanbieders van Stoppen-Met-Roken-trainingen (SMR-trainingen). Voor een succesvolle stoppen-met-roken-interventie voor mensen uit kwetsbare groepen is een wijkgerichte aanpak met speciale aandacht voor de werving nodig. Van passieve werving, dat wil zeggen werving met behulp van posters en flyers en via (sociale) media, mag niet te veel verwacht worden. Voor een succesvolle werving moeten potentiële deelnemers actief benaderd te worden. Hierbij is een belangrijke rol weggelegd voor het netwerk van de organiserende preventiemedewerkers en lokale zorgprofessionals, zoals huisartsen. Frequente, actieve, persoonlijke en informele contacten dragen bij aan het welslagen van de werving van deelnemers. Registratie dient laagdrempelig te zijn en kosten voor deelnemers zoveel mogelijk vermeden. De training zelf dient qua locatie, inhoud en tempo aan de doelgroep aangepast te worden. Tijdens de training is het van belang dat de trainer een persoonlijk en informeel contact met de deelnemers onderhoudt.



1 Introductie

Het aantal rokers is de laatste jaren gestaag afgenomen. Deze afname doet zich echter in beduidend mindere mate voor bij rokers uit kwetsbare groepen. Roken komt daardoor relatief vaak voor bij mensen uit kwetsbare groepen. Rokers uit kwetsbare groepen, zoals rokers met een lagere sociaaleconomische positie, met een migratieachtergrond of met psychosociale en/of sociaaleconomische problemen, hebben vaak meer moeite om te stoppen met roken. De redenen hiervoor zijn dat rokers uit kwetsbare groepen:

- vaak ernstiger verslaafd zijn;
- vaak meer mensen in hun omgeving hebben die roken;
- vaak minder steun ondervinden van hun omgeving om te stoppen met roken;
- vaak meer stress in hun leven ervaren wat het stoppen met roken moeilijker maakt;
- vaak minder financiële middelen ter beschikking hebben om een professionele stoppen-met-roken-training (SMR-training) te betalen¹.

Er kan daarom veel gezondheidswinst worden behaald door stoppen-met-roken-interventies te organiseren die speciaal gericht zijn op rokers uit kwetsbare groepen.

4

SMR-trainingen, waarbij rokers in een groep gezamenlijk proberen te stoppen met roken, hebben een positief effect op de kans op succesvol stoppen. Onderzoek laat echter zien dat rokers uit kwetsbare groepen minder goed bereikt worden door SMR-trainingen. Het verdient dan ook aanbeveling bij de organisatie van SMR-trainingen specifiek aandacht te hebben voor de werving en motivatie van rokers afkomstig uit kwetsbare groepen.

Deze handleiding is bedoeld voor organisaties (zoals de afdeling preventie van een verslavingszorginstelling) die een wijkgerichte SMR-training willen organiseren voor rokers uit kwetsbare groepen. We gaan hierbij uit van een kleinschalig, lokaal project dat gericht is op rokers uit een (achterstands)wijk van een gemeente. Het is een goed idee om, wanneer u een SMR-training in een wijk wilt organiseren, vooraf informatie in te winnen over de sociaaleconomische positie en de gezondheidsstatus van de bewoners van de wijk. Wanneer blijkt dat relatief veel rokers uit kwetsbare groepen in de wijk wonen, kan deze handleiding als leidraad fungeren voor de werving van deelnemers. Uiteraard dient u bij de keuze van een wijk voor een stoppen-met-roken-interventie ook te kijken naar al lopende (gezondheids)programma's, zodat de verschillende programma's elkaar niet in de weg zitten, maar waar mogelijk aanvullen en versterken.

De handleiding beschrijft op beknopte wijze de opzet en organisatie van een wijkgerichte SMR-training gericht op rokers uit kwetsbare groepen. Aan de orde komen met name de werving en motivatie tot deelname van rokers uit de doelgroep. Ook bespreken we enkele inhoudelijke aandachtspunten waarmee u rekening dient te houden bij het organiseren van een SMR-

¹ In het Nationaal Preventieakkoord is vastgelegd dat per 2020 eerstelijns stoppen-met-rokenprogramma's volledig worden vergoed door de zorgverzekeraar, waarbij geen eigen risico in rekening mag worden gebracht.

training voor deze doelgroep. De daadwerkelijke inhoud van de SMR-training is elders beschreven² en komt in deze handleiding niet aan de orde.

De handleiding is gebaseerd op de evaluatie van de 'Wijkchallenge' door Onderzoeksinstituut IVO³ en een focusgroepgesprek met medewerkers van Indigo Haaglanden en Jellinek Utrecht. De Wijkchallenge is een SMR-training die in 2018 en 2019 is georganiseerd door Indigo Haaglanden en Jellinek Utrecht in een wijk van respectievelijk Den Haag en Utrecht. De Wijkchallenge kent een competitief element waarbij de twee wijken het tegen elkaar opnemen wat betreft het aantal succesvol gestopte rokers. In deze handleiding laten we dit competitieve element tussen de wijken buiten beschouwing en richten we ons enkel op het organiseren van een SMR-training voor rokers uit kwetsbare groepen.

² <https://interventies.loketgezondleven.nl/leefstijlinterventies/interventies-zoeken/1400743>

³ <https://ivo.nl/wijkchallenge-stoppen-met-roken/>

2 Locatie SMR-training

De locatie waar de SMR-training wordt georganiseerd, kan voor potentiële deelnemers uit kwetsbare groepen een doorslaggevende reden vormen om zich wel of niet aan te melden. Een langere reisweg naar de locatie van de SMR-training kan voor rokers uit kwetsbare groepen, zoals ouderen met een beperkte mobiliteit, een grote drempel vormen. Ook voor andere kwetsbare groepen kan een langere reisweg naar een locatie in een andere deel van de stad of gemeente belemmerend werken, bijvoorbeeld vanwege reiskosten.

Uit de evaluatie van de Wijkchallenge komt naar voren dat het situeren van de SMR-training in de wijk zelf voor verschillende deelnemers een belangrijke reden vormde om zich aan te melden voor de training. Hierbij speelt niet alleen het praktische argument van eenvoudigere bereikbaarheid een rol. De deelnemers werden ook gemotiveerd deel te nemen door het idee samen met anderen uit de eigen wijk te stoppen. Met de mensen uit de eigen wijk ervaart men vaak een sterkere band dan met mensen uit andere delen van de gemeente. Sociale controle draagt bij aan het volhouden van de stoppoging. Men wil tenslotte niet onderdoen voor 'de buurman', of men ontvangt juist steun van de buurman tijdens moeilijke momenten. De SMR-training dient dan ook lokaal, in de wijk, georganiseerd te worden.

6

Voor de locatie zelf kunt u denken aan een ruimte in het lokale gezondheidscentrum, de moskee of kerk, een gemeenschapscentrum, of een andere (openbare) ruimte in de wijk. Het is belangrijk dat de gekozen ruimte ook in de beleving van de doelgroep laagdrempelig is. Zo kan een ruimte in bijvoorbeeld een verslavingszorginstelling sommige kandidaten afschrikken.

3 Werving

Voor de werving van potentiële deelnemers aan de SMR-training dient u in te zetten op zowel een passieve als een actieve (directe of indirecte) benadering. Deze handleiding richt zich op de werving van rokers uit kwetsbare groepen. Dat wil niet zeggen dat andere rokers niet aan de SMR-training deel mogen nemen. Meer over de samenstelling van de groep volgt in hoofdstuk 4.

3.1 Passieve benadering potentiële deelnemers SMR-training

De passieve benadering richt zich op potentiële deelnemers uit de doelgroep met behulp van bijvoorbeeld posters en/of flyers die opgehangen en verspreid kunnen worden op plaatsen waar rokers uit de doelgroep komen. Hierbij valt te denken aan:

- de lokale supermarkten en andere winkels (kapper, slager, bakker, tabakswinkels, etc.) gelegen in de wijk;
- de wachtkamer van de huisarts, de tandarts of het gezondheidscentrum in de wijk;
- locaties in de wijk van andere (para)medische professionals, zoals apothekers, fysiotherapeuten, diëtisten, psychologen en psychotherapeuten, etc.;
- kerken en moskeeën;
- horecagelegenheden;
- andere publieke gebouwen, zoals bibliotheken of gemeenschapshuizen.

Bij het ophangen van posters en het verspreiden van flyers kunt u ook aanhaken bij gezondheidsmarkten of andere gemeentelijke of sociale initiatieven (bijvoorbeeld geïnitieerd door een zorginstelling) die lokaal in de wijk worden georganiseerd. Deze passieve wijze van werven kost relatief weinig tijd en geld, maar de ervaring leert dat u van de opbrengst niet al te hooggespannen verwachtingen moet hebben. Naast het verspreiden van posters en flyers kunt u ook denken aan:

- een artikel in een lokale krant;
- een item bij een lokale omroep;
- het inzetten van sociale media.

Voor een voldoende respons dient u aanvullend potentiële kandidaten actief te benaderen.

3.2 Actieve benadering potentiële deelnemers SMR-training

Bij een actieve benadering spreekt u potentiële kandidaten persoonlijk aan met de vraag of ze geïnteresseerd zijn in deelname aan een SMR-training. Hiervoor kunnen (preventie)medewerkers van de organisatie die de SMR-training organiseert, potentiële kandidaten uit hun eigen netwerk persoonlijk benaderen en proberen te motiveren aan de SMR-training deel te nemen. Daarnaast kunnen (preventie)medewerkers actief de doelgroep opzoeken, bijvoorbeeld bij een evenement in de wijk, en personen die in aanmerking komen persoonlijk aanspreken (*outreaching* hulpverlening). Om de potentiële deelnemers zo goed mogelijk te motiveren tot deelname, dient degene die de doelgroep benadert deskundig te zijn op het gebied van stoppen met roken en goed op de hoogte te zijn van de inhoud van de training. Bij de benadering van de doelgroep is het goed oog te hebben voor de positie van de

benaderde. Soms is de motivatie om te stoppen al aanwezig en dient u in te zetten op de praktische stap om zich in te schrijven voor de training. Het kan echter ook zo zijn dat motivatie om te stoppen nog beperkt is en dient u eerst te werken aan het verhogen van de motivatie om te stoppen met roken.

De evaluatie van de Wijkchallenge maakt duidelijk dat de actieve, persoonlijke en informele benadering effectiever is dan de passieve benadering met behulp van posters of flyers. Duidelijk is ook dat meestal meerdere pogingen nodig zijn om potentiële kandidaten over te halen om deel te nemen.

Het behulpzaam zijn bij de praktische afhandeling van de aanmelding, bijvoorbeeld door te helpen bij de registratie op een website en/of een papieren formulier, kan verder bijdragen aan een succesvolle werving (zie ook de paragraaf 3.4). Dit kan vooral zinvol zijn bij potentiële kandidaten voor wie een dergelijke aanmelding gecompliceerd is, bijvoorbeeld vanwege een taalbarrière. Het verdient ook aanbeveling de aanmelding zo mogelijk direct te realiseren ('daad bij het woord voegen'). Het enkel meegeven van een formulier in de hoop dat de aanmelding later zal volgen, leidt vaak niet tot een daadwerkelijke aanmelding.

3.3 Actieve benadering potentiële deelnemers SMR-training via intermediairs

8

Voor een actieve benadering van potentiële kandidaten voor de SMR-training kunt u ook hulp zoeken bij intermediairs. Te denken valt aan huisartsen of andere gezondheidsprofessionals, medewerkers van de lokale moskee of kerk, of andere personen die door hun werk in contact staan met de doelgroep. Het is van belang allereerst een inventarisatie te maken van mogelijke intermediairs of sleutelfiguren in de wijk (sociale kaart) en deze vervolgens te benaderen met de vraag of zij zich in willen en kunnen zetten om persoonlijk potentiële kandidaten voor de SMR-training te benaderen. Belangrijk is dat de intermediair of sleutelfiguur een goede persoonlijke relatie heeft met de doelgroep, of de mogelijkheid biedt tot het organiseren van bijvoorbeeld een informatiebijeenkomst over de SMR-training. De ervaring leert dat u vaak de nodige tijd en moeite in het contact met intermediairs moet steken en dat succes niet op voorhand is gegarandeerd. De intermediair kan echter een wezenlijke bijdrage leveren aan het signaleren en het op een motiverende wijze bespreekbaar maken van het rookgedrag en een eventuele wens tot verandering hierin. Het persoonlijke en informele contact tussen de potentiële deelnemer en de intermediair speelt daarbij een belangrijke rol.

Sommige intermediairs, zoals huisartsen of praktijkondersteuners, dringen mogelijk al langere tijd aan op een stoppen-met-roken-poging van zijn of haar patiënt. Voor hen kan het aanbod van een SMR-training in lijn liggen met al gestelde behandeldoelen, zoals het behalen van gezondheidswinst en het terugdringen van ziektelast. Het aanbod van een SMR-training kan hen werk uit handen nemen. Deze intermediairs zijn daardoor al intrinsiek gemotiveerd om deelnemers voor een SMR-training te werven. Wel dient u bij de benadering van huisartsen rekening te houden met de vaak beperkte tijd die huisartsen hebben. Hierdoor kan het lastig zijn om huisartsen te mobiliseren. Het kan dan eenvoudiger zijn u te richten op de praktijkondersteuner. Ook hier geldt dat de nodige tijd en moeite in het contact moet worden geïnvesteerd. Een effectieve wervingsactie vanuit de huisartsenpraktijk is het versturen van een brief aan alle rokende patiënten met het aanbod van een SMR-training die ondersteund wordt

vanuit de huisartsenpraktijk. De ervaring leert dat een dergelijke brief zo'n 10 - 15 deelnemers kan opleveren. Onderzoek laat bovendien zien dat een dergelijk doktersadvies om te stoppen met roken (*Very Brief Advice*⁴) zeer effectief kan zijn.

Daarnaast kan de partij die de SMR-training wil organiseren ook onderzoeken of er in de wijk al bestaande programma's van bijvoorbeeld sociale (wijk)teams lopen die gericht zijn op het verbeteren van de gezondheid van de wijkbewoners. Denk hierbij ook aan initiatieven van zorginstellingen. Mogelijk kan de SMR-training met dergelijke al bestaande initiatieven worden geïntegreerd en zo ingebed worden in bestaande zorgstructuren. In het algemeen is het goed aansluiting te zoeken bij al bestaande (gezondheids)programma's.

Intermediairs voor wie het motiveren van cliënten om te stoppen met roken niet in de normale lijn van hun werk ligt, zullen mogelijk eerst overtuigd moeten worden van het nut van een SMR-training voor rokers uit kwetsbare groepen. De in de inleiding beschreven rationale achter het organiseren van een SMR-training voor rokers uit kwetsbare groepen kan daarbij behulpzaam zijn. In aanmerking komen de professionals die sociaal werk uitvoeren op wijkniveau, zoals sociaal of maatschappelijk werkers, medewerkers van wijk- of buurtteams, thuiszorgmedewerkers, medewerkers van zelforganisaties, etc. Van belang hierbij is het vinden van een goede contactpersoon (sleutelfiguur) en wederom te investeren in een persoonlijke band met deze persoon om deze te mobiliseren om binnen zijn of haar organisatie zich in te zetten voor het werven van potentiële kandidaten voor de SMR-training.

Voor alle wervingsstrategieën geldt dat een eenmalig contact veelal niet voldoende is. De ervaring leert dat de organisator van de SMR-training zelf veel initiatieven moet ontplooiën en veel tijd en energie moet investeren in het herhaaldelijk benaderen van zowel potentiële kandidaten als intermediairs. Een eerste contact gaat wellicht per mail of telefoon, maar daarna dient u een persoonlijk contact op te bouwen. Het welslagen van de actie is daarbij afhankelijk van persoonlijke factoren; bij de één lukt het wel, bij de ander niet.

In het algemeen lijkt de actieve, persoonlijke en informele benadering van de doelgroep de meest effectieve wijze te zijn om deelnemers voor de SMR-training te werven. Probeer daarbij al bij het eerste contact met de potentiële kandidaat de inschrijving voor de SMR-training te realiseren. Van de passieve werving met behulp van posters en flyers moet niet te veel verwacht worden. De effectiviteit van werving via intermediairs varieert en is vaak afhankelijk van persoonlijke factoren. Van de intermediairs lijkt met name de huisartsenpraktijk, in de persoon van de huisarts zelf of de praktijkondersteuner, een belangrijke rol te kunnen spelen bij de werving van deelnemers voor een SMR-training.

3.4 Registratie

Het verdient aanbeveling de registratie van de aanmelding voor een SMR-training, zo eenvoudig en daarmee laagdrempelig mogelijk te maken. Hiervoor kunt u bijvoorbeeld gebruik maken van een website waar de kandidaat zichzelf kan opgeven voor de training. Voor

⁴

<https://www.cardiologieamsterdam.nl/uploads/Very%20brief%20advice%20Stoppen%20met%200roken.pdf>

sommige potentiële kandidaten vormt een digitale aanmelding via een website mogelijk een drempel. In dergelijke gevallen moeten alternatieve aanmeldingsprocedures voorhanden te zijn, bijvoorbeeld papieren formulieren die eventueel naderhand door een intermediair of medewerker van de organiserende partij gedigitaliseerd kunnen worden. Het is van belang kandidaten die zich geregistreerd hebben, na hun registratie te benaderen met een bevestiging van hun registratie en met verder informatie over de SMR-training.

3.5 Financiële aspecten

Voor rokers uit kwetsbare groepen kan het betalen voor een SMR-training een drempel vormen om deel te nemen. Het is dan ook van belang deze financiële drempel zo laag mogelijk te houden en te onderzoeken of de financiering van de SMR-training gerealiseerd kan worden zonder een beroep te doen op een bijdrage van de deelnemers. Het is van belang vooraf helder te maken wie voor welke kosten verantwoordelijk is en wie welke bijdrage dient te betalen. Vooral voor de potentiële deelnemer aan de SMR-training moet helder zijn of, en zo ja welke, kosten aan deelname zijn verbonden. Vanaf 1 januari 2020 heeft iedereen vanuit de basisverzekering recht op één SMR-training. Ook de ondersteunende middelen (Champix, nicotinepleisters e.d.) worden vergoed, mits deze in het kader van de training worden gebruikt. Voor sommige deelnemers kan dit een ingewikkelde procedure zijn, waarvoor ze mogelijk hulp nodig hebben. Ook kan het zijn dat de inzet van externe partijen gevolgen heeft voor gemaakte financiële afspraken tussen bijvoorbeeld huisartsen en zorgverzekeraars. Hierdoor kunnen onvoorziene kosten ontstaan. Dit dient u voorafgaand aan de SMR-training uit te zoeken.

10

3.6 Motiveren om te stoppen met roken

Hoewel de meeste rokers eigenlijk wel zouden willen stoppen, is het daadwerkelijk ondernemen van een stoppoging voor veel rokers een grote stap. In het contact met potentiële kandidaten kunt u motiverende gesprekstechnieken⁵ inzetten om deze initiële weerstand te doorbreken en de motivatie te versterken. Ook koolmonoxidemeters die het effect van roken (en van stoppen met roken) zichtbaar kunnen maken, kunnen bijdragen aan de motivatie om te stoppen en zich aan te melden voor de SMR-training. Belangrijk is ook zich te realiseren dat bij rokers uit kwetsbare groepen, vaak achterliggende stressfactoren (zoals ggz- of schuldenproblematiek) een rol spelen. Door het hulpaanbod uit te breiden (in samenwerking met andere gespecialiseerde hulpverleners) kunt u de motivatie om aan de SMR-training deel te nemen en te stoppen met roken vergroten. De ervaring leert dat soms een motiverend adviesgesprek nodig is. Mogelijk kunt u een 'motivatiebijeenkomst' voor de doelgroep organiseren met daarin informatie over de gezondheidsrisico's van roken en een toelichting op hoe men stoppen met roken aan kan pakken. Om de bekendheid en de aantrekkingskracht van een dergelijke bijeenkomst te vergroten, kunt u proberen een lokaal bekend persoon (zoals een lokaal bekende voetballer) bij deze bijeenkomst te betrekken.

⁵ De vijf methoden van motiverende gespreksvoering: open vragen stellen, reflectief luisteren, bevestigen, samenvatten en verandertaal uitlokken.

4 Inhoud SMR-training

De SMR-training kan door een externe partij worden uitgevoerd⁶ wanneer binnen de eigen organisatie de deskundigheid om zelf de training te verzorgen ontbreekt. Wanneer een externe partij de uitvoering van de SMR-training verzorgt, dient de opdrachtgever/organisator van de SMR-training er op te letten dat het lokale aspect, het 'wijkgevoel', niet uit het oog wordt verloren. Ook dient u ervoor te zorgen dat deze externe partij bij de invulling en uitvoering van het programma rekening houdt met de specifieke karakteristieken van de doelgroep. Enkele van deze specifieke aspecten komen hieronder aan de orde.

Uit de evaluatie van de Wijkchallenge komt naar voren welke elementen van de SMR-training de deelnemers waardeerden en welke elementen volgens hen een positieve invloed hadden op de succeskans van de stoppoging. Door deze elementen in de communicatie met potentiële deelnemers te benadrukken en/of in de training zelf naar voren te laten komen, kunt u de motivatie tot deelname en/of de motivatie om te stoppen met roken positief beïnvloeden:

- De deelnemers aan de Wijkchallenge waardeerden in hoge mate het samen stoppen in de groep, waarbij de deelnemers elkaar ondersteunen en onderling ervaringen uitwisselen. Door potentiële deelnemers erop te wijzen dat tijdens de SMR-training de deelnemers gezamenlijk een stoppoging doen, en ze daardoor steun ondervinden van medestoppers en er niet alleen voor staan, kunt u de motivatie tot deelname verhogen. Door de SMR-training lokaal te organiseren en bij de werving te focussen op de wijk draagt de samenstelling van de groep verder bij aan het groepsgevoel. De deelnemers ervaren meer verbondenheid met de groep wanneer deze bestaat uit mensen uit de buurt.
- De SMR-trainingen moeten worden geleid door ervaren coaches. Uit de evaluatie van de Wijkchallenge bleek dat de deelnemers de deskundigheid, betrokkenheid en vastberadenheid van de coaches zeer waardeerden. Ze vonden het een pré als een coach zelf ervaring had met stoppen met roken. Door de potentiële deelnemers erop te wijzen dat de SMR-training wordt geleid door deskundige, betrokken en gemotiveerde coaches, kunt u de motivatie tot deelname verhogen. Het is van belang dat de coach tijdens de SMR-training deze betrokkenheid toont en probeert zoveel mogelijk, ook buiten de bijeenkomsten om, een informeel en persoonlijk contact met de deelnemers te onderhouden.
- Hoewel men de informatie over de negatieve gezondheidseffecten van roken en de verslavende werking van nicotine vaak als bekend veronderstelt, blijkt nadere informatie over de gezondheidsrisico's van roken en de verslavingsmechanismen zeer gewaardeerd te worden en bij te dragen aan de motivatie om te stoppen met roken. De coach dient dan ook hieraan tijdens de training aandacht te besteden.

11

⁶ Zie bijvoorbeeld:

- <https://kwaliteitsregisterstopmetroken.nl/>
- <https://interventies.loketgezondleven.nl/leefstijlinterventies/interventies-zoeken>
- <https://www.ikstopnu.nl/vraag-en-antwoord/vraag-en-antwoord-groepstherapie/welke-soorten-groepstrainingen-bestaan-er/>

- Voor deelnemers aan een SMR-training kan stoppen-met-roken-medicatie of nicotinevervangers bijdragen aan de effectiviteit van de stoppoging. De mogelijkheid om (kosteloos) gebruik te maken van stoppen-met-roken-medicatie tijdens de SMR-training kan bijdragen aan de motivatie tot deelname.
- Bij de uitvoering van de SMR-training dient u wat betreft het niveau en het tempo van de training aan te sluiten bij de doelgroep. Bijvoorbeeld moet schriftelijk cursusmateriaal (zoals een werkboek) op een voor de doelgroep begrijpelijke wijze geschreven zijn (B1 niveau⁷) en moet de hoeveelheid 'huiswerk' beperkt worden. In sommige SMR-trainingen zit de opdracht voor de deelnemers om uit te rekenen hoeveel men bespaart door te stoppen met roken. Dit kan voor sommige deelnemers uit de doelgroep een te complexe opgave zijn. Wanneer dit het geval is, moet u ondersteuning aanbieden.
- Het verdient aanbeveling de deelnemers aan de SMR-training voor elke bijeenkomst een reminder te sturen, zodat ze de bijeenkomst niet vergeten. Hiervoor kunt u een WhatsApp-groep inrichten die de coach van de training ook kan gebruiken om contact te onderhouden met de deelnemers buiten de bijeenkomsten om. Dit geregeld contact onderhouden en monitoren van de voortgang door de coach, het ook buiten de bijeenkomsten om aanbieden van een luisterend oor, draagt ertoe bij dat de deelnemers hun stoppoging volhouden en niet uitvallen. De deelnemers aan de training kunnen de WhatsApp-groep ook gebruiken om onderling contact te onderhouden en ondersteuning te geven of te ontvangen.
- Door na enkele weken of maanden een extra terugkombijeenkomst aan de SMR-training toe te voegen, kunt u de betrokkenheid van de deelnemers bestendigen. Voor de deelnemers kan dit, of soortgelijke acties, bijdragen aan het gevoel van blijvende interesse in hen en nazorg. Dit kan bijdragen aan het succes van de stoppoging. Het totaalaantal bijeenkomsten is bij SMR-trainingen voor de huidige doelgroep idealiter iets hoger (8 - 10) dan bij andere SMR-trainingen om meer tijd te hebben voor het opbouwen van vertrouwen en vergroten van motivatie.
- De gemiddelde groepsgrootte bij SMR-training bedraagt circa 15 deelnemers. Het verdient aanbeveling bij de huidige doelgroep de groep wat kleiner te houden, bijvoorbeeld circa 10 - 12 deelnemers. Wanneer de deelnemers elkaar al kennen, kunt u de groep iets groter maken; 12 - 15 deelnemers. Hoewel een gemengde groep (deelnemers uit kwetsbare groepen samen met andere deelnemers) goed kan werken, lijkt een meer homogene groep voor kwetsbare groepen beter uit te pakken. In de praktijk is dit echter niet altijd realiseerbaar.

⁷ <https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/rijkswebsites/aanbevolen-richtlijnen/taalniveau-b1>

5 Besluit

Roken komt relatief vaak voor bij mensen uit kwetsbare groepen. Deze groep heeft vaak meer moeite om te stoppen met roken en wordt minder goed bereikt door aanbieders van SMR-trainingen. Door wijkgerichte SMR-trainingen te organiseren speciaal gericht op deze doelgroep, valt veel gezondheidswinst te behalen. Bij de organisatie van deze wijkgerichte SMR-trainingen dient u speciale aandacht te hebben voor de werving van rokers uit de doelgroep. Zorgverleners uit de wijk, zoals huisartsen, kunnen hierbij een belangrijke rol spelen. Daarnaast dient u het tempo en de inhoud van de training af te stemmen op de mogelijkheden en beperkingen van de doelgroep. De belangrijkste voorwaarde voor een succesvolle SMR-interventie lijkt echter de persoonlijke inzet, zowel wat tijd als energie betreft, van de medewerkers van de organiserende partij.