

RESULTATEN PRE-TEST PEUKENTOOLKIT

Sigarettenfilters horen in de afvalbak. In 2023 schreef D&B een onderbouwde gedragsstrategie om ervoor te zorgen dat rokers de filters van sigaretten in de afvalbak gooien. In samenwerking met het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat en Tappan Communicatie werden er twee posters ontwikkeld die de basis vormen voor een peukentoolkit. In een pre-test werden de posters in een A/B-test voorgelegd aan een panel om te achterhalen of de uitwerkingen de beoogde doelen zouden bereiken.

ONDERZOEKSOPZET

In de pre-test wilden we achterhalen hoe de posters worden beoordeeld door rokers en niet-rokers. Daarnaast wilden weten of het doel van de posters wordt begrepen en of de posters invloed hebben op de gedragsintenties van rokers. Het was daarbij belangrijk om te controleren voor eventuele neveneffecten die de posters konden hebben. We wilden niet dat de posters weerstand op zouden wekken bij rokers of dat rokers zin zouden krijgen in een sigaret na het zien van de posters.

We onderzochten dit door onderstaande posters in een A/B-test voor te leggen aan 503 respondenten, waarvan ongeveer de helft roker en de helft niet-roker.



Afbeelding 1 en 2: de campagneposters die getest werden tijdens de pre-test.

RESULTATEN PRE-TEST

Een opsomming van de belangrijkste resultaten:

- De twee posters verschillen op geen enkel vlak significant van elkaar.
- Er zijn geen significante verschillen tussen geslacht en leeftijd op de hoofduitkomsten.
- Zowel rokers als niet-rokers vinden de posters duidelijk, begrijpelijk, opvallend en positief. Ze vinden het daarnaast een goed idee om de posters uit te rollen.
- Er zijn slechts een aantal significante verschillen tussen rokers en niet-rokers in de beoordeling. Zo trekken de posters meer aandacht van rokers, vinden rokers ze meer betuttelend en zet het rokers meer aan tot denken dan niet-rokers.
- Voor het zien van de posters dacht 70% van de respondenten dat het verboden is om een sigaret in een afvalbak te gooien vanwege brandgevaar.
- Na het zien van de posters verwachten zowel rokers als niet-rokers dat de intentie om de sigaret uit te maken en weg te gooien in de afvalbak verhoogd is wanneer iemand geconfronteerd zou worden met een poster in de praktijk. Na het zien van de posters geeft:
 - 74% van de rokers aan dat het waarschijnlijk tot heel waarschijnlijk is dat ze de sigaret in de afvalbak zullen gooien.
 - 48% van de mensen aan dat het waarschijnlijk tot heel waarschijnlijk is dat (andere) rokers dit doen.
 - 86% van de rokers aan dat het waarschijnlijk tot heel waarschijnlijk is dat ze de sigaret uitmaken voordat ze deze in de afvalbak gooien.
 - 59% van de mensen aan dat het waarschijnlijk tot heel waarschijnlijk is dat (andere) rokers dit doen.
- Er is geen sprake van neveneffecten:
 - Rokers hebben geen weerstand tegen de posters.
 - Rokers hebben na het zien van de posters niet meer zin in een sigaret dan voor het zien van de posters (voormeting ($M=61.8$), nameting ($M=61.5$)).

CONCLUSIE

De resultaten laten zien dat de posters de beoogde doelen behaald en de negatieve neveneffecten voorkomt. De posters worden zowel positief beoordeeld als dat ze bij lijken te dragen aan de gedragsdoelen. Het zet daarnaast niet aan tot roken en leidt niet tot weerstand bij de rokers.

Belangrijke aandachtspunten bij een uitrol zijn (1) om de posters op de juiste locaties te plaatsen en (2) om de roker te ondersteunen bij het weggooien van de peuk. Wanneer de angst voor brand weggenomen kan worden door middel van de juiste hulpmiddelen of handelingsperspectieven zal het gewenste gedrag eerder plaatsvinden.