621821

Voorstel voor pakket aan interventies om mensen te helpen zich aan de coronamaatregelen te houden tijdens sociale ontmoetingen in de huiselijke kring

Korte termijn opties

Auteurs:

(10)(2e) BIT EZK)
(10)(2e) DPC-gedragsteam)
(10)(2e) (BIT EZK)
(10)(2e) (DPC-gedragsteam)
(10)(2e) BIT EZK)
(10)(2e) (Gedragsteam VWS)
(10)(2e) (Fin AFEP)
(10)(2e) DPC-gedragsteam)
(10)(2e) Gedragsnetwerk Financiën)
(10)(2e) Gedragsteam Inspectie SZW)
(10)(2e) (Gedragsteam Inspectie SZW)
(10)(2e) (Dijksterhuis & van Baaren)
(10)(2e) (Dijksterhuis & van Baaren)
(10)(2e) (Dijksterhuis & van Baaren)
(10)(2e) (Gedragsnetwerk Financiën)

Aanleiding

COVID-19 treft ons allemaal. Totdat er een structurele oplossing is gevonden in de vorm van een vaccinatie of medicijn, is het belangrijk om het aantal besmettingen onder controle te houden. Dit voorkomt dat het zorgsysteem overbelast raakt, en dat vrijheidsbeperkende maatregelen genomen moeten worden (denk aan een strengere lockdown die de economie verder zal schaden).

Omdat het aantal besmettingen de laatste tijd weer is opgelopen, is het belangrijk om nu met maatregelen te komen die meer besmettingen voorkomen. Bekend is dat veel besmettingen ontstaan in de thuissituatie.

De meeste besmettingen (ongeveer de helft) vinden momenteel plaats via huisgenoten (gezinsleden, partner). Hiertegen vallen weinig realistische maatregelen te treffen. Besmettingen via familie (geen huisgenoten), kennissen en vrienden kunnen mogelijk wel voorkomen worden. Deze zijn samen goed voor ruim 20% van de besmettingen.

Mensen houden zich nu niet goed aan de gewenste gedragingen (i.e. max. 6 personen ouder dan 12 jaar uitnodigen, handhygiëne, 1.5 meter afstand houden, ventilatie, thuisblijven bij klachten) wanneer zij bezoek hebben van of op bezoek zijn bij familie en vrienden. Om het aantal besmettingen in thuissetting met familie en vrienden terug te brengen, is het belangrijk dat mensen zich beter gaan houden aan deze voorschriften.

Verder is bekend dat er vanuit kwetsbare groepen veel vraag is naar praktische handvatten hoe sociaal contact in de thuissituatie veilig te organiseren.

De SG FIN en SG VWS hebben aangegeven dat ze maximaal gebruik willen maken van gedragsinzichten om de verdere verspreiding van COVID-19 tegen te gaan. Er is daarom aan gedragsexperts van verschillende gedragsteams gevraagd om in korte tijd verschillende gedragsinterventies te ontwikkelen gericht op het tegengaan van besmettingen in de thuissituatie.

In dit document beschrijven we hoe deze gedragsinterventies er op **korte termijn** uit kunnen komen te zien. We beginnen met het doelgedrag en de doelgroep waarop de interventies zich richten. Vervolgens bespreken we de uitkomsten van de gedragsanalyse, en hoe we van daaruit zijn gekomen tot een algemene gedragsstrategie. In deze algemene gedragsstrategie staan drie interventierichtingen centraal:

1. *Tools voor bezoek thuis: Mensen helpen bij het organiseren van bezoek/visite.*
2. *Sociale inspiratie: Laat zien wat voor mooie dingen er mogelijk zijn.*
3. *Zichtbare reminder: Een manier om mensen uiting te laten geven aan hun betrokkenheid.*

Voor alle interventierichtingen geldt dat de uiteindelijke concrete interventies die hierbij horen kunnen worden uitgesplitst in interventies die zijn gericht op de korte en de meer lange termijn. Voor iedere interventierichting is een uitgebreider stuk beschikbaar waarin zowel de concrete korte als lange termijn opties worden beschreven. In deze stukken staan ook kostenindicaties voor de uitrol van de verschillende opties.

Doelgedrag

Het gedrag dat we willen bereiken is:

Mensen houden zich in de thuissituatie aan de coronamaatregelen.

Doelgroep

We richten ons op de volgende doelgroep:

Mensen die (enigszins) gemotiveerd zijn om zich in de thuissituatie aan de coronamaatregelen te houden, maar het moeilijk vinden dit ook daadwerkelijk te doen.

Belangrijkste gedragsfactoren

We startten met een gedragsanalyse om te achterhalen welke factoren het gedrag van de doelgroep beïnvloeden. Welke motieven en weerstanden bepalen of ze het gewenste gedrag vertonen?

We richten ons dus op mensen die (enigszins) gemotiveerd zijn om zich in de thuissituatie aan de coronamaatregelen te houden, maar het moeilijk vinden. Hoe kunnen we hun motivatie verder verhogen? En waarom vinden zij het moeilijk en vertonen ze niet altijd het juiste gedrag?

<u>Motieven</u>

- **Intrinsieke motivatie:**
  - **Risico-inschatting:** de ernst van het probleem inzien en begrijpen dat en op welke manier je eigen gedrag kan bijdragen aan het probleem.
  - **Responseffectiviteit:** ervan overtuigd zijn dat het opvolgen van de coronamaatregelen in de thuissituatie een bijdrage levert aan het oplossen van het probleem.
  - **Intrinsieke redenen:** mensen hebben verschillende motieven om zich aan de coronamaatregelen te houden, zoals:
    - Jezelf beschermen.
    - Anderen beschermen (zoals vrienden, familie en kwetsbaren).
    - Een tweede golf en tweede lockdown voorkomen.
    - Het zorgpersoneel steunen en ontlasten.
    - Zodat de economie weer op gang kan komen.
    - Zodat de samenleving weer zo veel mogelijk terug naar normaal kan.
- **Extrinsieke motivatie:** je kunt een boete krijgen wanneer je je niet aan de coronamaatregelen houdt – ook als dat in de thuissituatie gebeurt.
- **Positieve sociale bewijskracht:** mensen volgen het gedrag van anderen, zeker in onzekere situaties. Dus als anderen het gewenste gedrag vertonen, zijn we eerder geneigd om dit ook te vertonen.

<u>Weerstanden</u>

- **Inertia:** wel willen, maar niet doen. Dit kan verschillende oorzaken hebben:
  - **Gebrek aan kennis:** mensen weten niet altijd wat ze kunnen doen om zich op de gewenste manier te gedragen.

- **Moeite:** het kost moeite om je aan de coronamaatregelen te houden, waardoor het kan gebeuren dat mensen wel de intentie hebben om het juiste gedrag te vertonen, maar het toch niet doen. Dat kan ook komen doordat ze het soms simpelweg vergeten.

- **Gewoontegedrag:** het is sterk gewoontegedrag om in de thuissituatie en met vrienden en familie om je heen dichtbij elkaar te komen. Het is moeilijk om af te wijken van gewoonten. In de nieuwe situatie moeten mensen bewust nadenken over hoe zij op een veilige manier bezoek kunnen ontvangen en stappen zetten om dit te organiseren. Dit kost mensen cognitieve capaciteit, die zij om verschillende redenen niet altijd hebben.

- **Lage self-efficacy:** weinig vertrouwen in eigen kunnen om zich op een goede, veilige manier te gedragen. Ook vinden mensen het lastig om het onderwerp bespreekbaar te maken met het andere bezoek.

> **Negatieve sociale bewijskracht:** mensen volgen het gedrag van anderen, zeker in onzekere situaties. Dus als anderen het verkeerde gedrag vertonen, zijn we eerder geneigd om dit ook te vertonen.

> **Pluralistische onwetendheid:** het is goed mogelijk dat veel mensen het afkeuren als mensen zich in de thuissituatie niet aan de maatregelen houden, maar dat ze dit van elkaar niet beseffen. Dat kan komen doordat mensen het lastig en ongemakkelijk vinden om hier wat van te zeggen. En doordat anderen er ook niks van zeggen, gaan ze er – ten onrechte – vanuit dat iedereen lak heeft aan de coronamaatregelen in de thuissituatie. Met als gevolg dat ze eerder de coronamaatregelen zullen overtreden.

> **Behoefte aan nabijheid:** mensen hebben van nature een sterke behoefte aan nabijheid van anderen.

> **Cultuur/normen van gastvrijheid:** als gastheer/gastvrouw wil je je bezoek het graag naar de zin maken. Het aanspreken van het bezoek op hun gedrag en te vragen of ze verkoudheidsverschijnselen hebben en zich aan de andere coronamaatregelen willen houden, wordt als lastig ervaren omdat het tegen het gevoel van gastvrijheid ingaat.

> **Fysieke omgeving:** in de thuissituatie is het lastiger om je aan de 1,5 meter afstand te houden dan in veel andere situaties.

Gedragsstrategie – algemeen

Op basis van de gedragsanalyse hebben de gedragsteams van Fin, SZW, Inspectie SZW, DPC, VWS, EZK en de RIVM Gedragsunit Corona een longlist van mogelijke gedragsinterventies gericht op de thuissituatie opgesteld. Uit deze longlist zijn de volgende drie interventierichtingen gekozen:

1. *Tools voor bezoek thuis: Mensen helpen bij het organiseren van bezoek/visite.*
2. *Sociale inspiratie: Laat zien wat voor mooie dingen er mogelijk zijn.*
3. *Zichtbare reminder: Een manier om mensen uiting te laten geven aan hun betrokkenheid.*

Hieronder staat per interventierichting omschreven welke korte termijn interventie(s) is/zijn bedacht. Per interventie staat vermeld op welke gedragsfactoren deze inspeelt.

1. *Tools voor bezoek thuis: mensen helpen bij het organiseren van bezoek/visite.*

   a. **Een website met informatie en tools over het waarom, wat zijn de regels, en toolkit.**
      - Intrinsieke motivatie verhogen door de risico-inschatting en de responseffectiviteit te verhogen en door in te spelen op motieven voor het naleven van de maatregelen.
      - Positieve sociale bewijskracht inzetten.
      - Inertia verminderen door kennis te verhogen en de self-efficacy te verhogen.
      - Behoefte aan nabijheid erkennen.
      - Rekening houden met cultuur/normen van gastvrijheid.
      - Tips en tools voor de fysieke omgeving.

   b. **Een sticker voor op de voordeur.**
      - Inertia verminderen door aan het gewenste gedrag te herinneren en de self-efficacy te verhogen.
      - Positieve sociale bewijskracht inzetten.
      - Rekening houden met cultuur/normen van gastvrijheid.
      - Tool voor de fysieke omgeving.

2. *Sociale inspiratie: laat zien wat voor mooie dingen er mogelijk zijn.*

   a. **Filmpjes met positieve voorbeelden van hoe je wél in huis kunt samenkomen.**
      - Kennis verhogen.
      - Positieve sociale bewijskracht inzetten.

3. *Zichtbare reminder: een manier om mensen uiting te laten geven aan hun betrokkenheid.*

   a. **Een polsbandje.**
      - Inertia verminderen door de moeite te verminderen, de gewoonte te doorbreken en de self-efficacy te verhogen.
      - Intrinsieke motivatie verhogen door de intrinsieke redenen te activeren en actief te houden door mensen eraan te herinneren.
      - Positieve sociale bewijskracht inzetten.
      - Pluralistische onwetendheid verminderen.
      - Tool voor de fysieke omgeving.

De website vormt de basis. Hierop zijn de filmpjes met positieve voorbeelden te zien, en op de website kun je de sticker en het polsbandje aanvragen.

De website biedt de ruimte om op diverse gedragsfactoren in te spelen. Het biedt zowel de ruimte om mensen te **motiveren** om het gewenste gedrag te willen vertonen als om mensen te **faciliteren** om van de goede intentie naar het daadwerkelijk uitvoeren van het gedrag te gaan.

De sociale voorbeelden, de sticker en het polsbandje **faciliteren** het gewenste gedrag, door te laten zien hoe je het gewenste gedrag kunt uitvoeren en door mensen concrete hulpmiddelen te geven om het gewenste gedrag uit te voeren en vol te houden.

Concepttest

In dit stuk schetsen we een aantal interventies gericht op het verminderen van coronabesmettingen tijdens sociale ontmoetingen in de huiselijke kring. De interventies zijn middels een concepttest voorgelegd aan 18 mensen om een kwalitatieve indruk te krijgen van de waardering, beleving, beoogde impact en potentie. Op basis van de concepttest trekt het onderzoeksbureau de volgende conclusie:

> *Mensen ervaren weinig problemen rondom thuisbezoek en het handhaven van de coronamaatregelen. Vooral de sociale norm en het gewoontegedrag binnen de sociale kring hebben de mate van handhaving inmiddels al bepaald: men heeft reeds een bepaalde omgangsvorm gevonden. Er wordt wel algemeen erkend dat het niet helemaal gaat zoals het zou moeten gaan wat regels betreft en er is ook nog eens sprake van een verslapping. Maar deze situatie wordt alom geaccepteerd.*
>
> *De interventies waarbij een praktische invulling van de regels en hulpmiddelen om die in de praktijk te brengen worden gegeven (de website en de video's), hebben de meeste potentie om ervoor te zorgen dat thuis de maatregelen worden nageleefd.*
>
> *De interventies die vooral benadrukken wat de regels zijn om mensen eraan te helpen herinneren en dat iemand zich daaraan dient te houden (polsbandje en sticker), lijken het doel voor het thuisbezoek te missen.*

De website en de sociale voorbeelden hebben de meeste potentie om effectief te zijn. De sticker en het polsbandje kunnen effectief zijn voor mensen die gemotiveerd zijn, maar het lijkt erop dat mensen geen probleem ervaren rondom thuisbezoek en daarom niet gemotiveerd zijn om hun gedrag te veranderen.

Voor dit traject is gekozen om te focussen op mensen die (enigszins) gemotiveerd zijn om zich in de thuissituatie aan de coronamaatregelen te houden, maar die het moeilijk vinden om dit ook daadwerkelijk te doen. De aanname was dat het grootste gedeelte van de Nederlanders hieronder valt. Op basis van de concepttest komt het beeld naar voren dat het probleem soms juist is dat mensen zich niet aan de coronamaatregelen *willen* houden in de thuissituatie; mensen ervaren de potentiele dreiging van COVID-19 als niet **persoonlijk relevant.** Nader onderzoek is gewenst waarom mensen niet gemotiveerd zijn om zich in de thuissituatie aan de coronamaatregelen te houden, zodat er aanvullende interventies ontwikkeld kunnen worden om de motivatie van mensen te verhogen.

We willen hierbij benadrukken dat een concepttest onder 18 respondenten niet representatief is. De concepttest is verkennend en inventariserend van aard. Uitkomsten van de test moeten dan ook in de eerste plaats worden gezien als indicatief en hypothese-vormend en niet als (cijfermatig bewezen) feiten. De concepttest geeft wel een goede indicatie geeft van in hoeverre de interventies geaccepteerd worden.

Budget

Voor de ontwikkeling van een website met tools en video's en het aanjagen hiervan is een startbudget nodig van (10)(2b) Mocht het aanslaan, is het goed om de website verder uit te bouwen, meer content te maken en dit verder aan te jagen met inzet van (social) media. Hier is dan aanvullend budget voor nodig.

Inschatting kosten gedragsinterventies thuis*		
Eerste fase		
Conceptontwikkeling overkoepelend		(10)(2b)
Ontwikkeling website		
Ontwikkeling toolkitmiddelen		
Stickers: ontwikkeling en distributie (10.000 stuks)		
Armbandjes: ontwikkeling en distributie (10.000 stuks)		
Voorbeelden online video (5 video's)		
Onderzoek: pretesten, usability		
Onvoorzien		
Bekend maken en aanjagen interventies		
Totaal		
*website met bestelmodule sticker en armbandje		
Aanvullende kosten tweede fase		
Uitbouwen site		
Extra video's		
Bekend maken en aanjagen aanvullend		
Onderzoek		
Totaalbudget		

Als blijkt dat de stickers en armbandjes toch een onverwacht succes blijken te zijn en in de tweede fase de stickers en armbandjes ook grootschalig kunnen worden uitgerold is hiervoor nog aanzienlijk aanvullende budget nodig. Productie sticker (10)(2b) kost € (10)(2b) en productie armband (10)(2b) (10)(2b) kost € (10)(2b). Daarnaast moet nog rekening worden gehouden met distributie sticker en/of armband (10)(2b) huishoudens) en dit koste ongeveer € (10)(2b) -.