

Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

> Retouradres Postbus 20350 2500 EJ Den Haag

De Voorzitter van de Eerste Kamer
der Staten-Generaal
Postbus 20017
2500 EA Den Haag

Bezoekadres:

Parnassusplein 5
2511 VX Den Haag
T 070 340 79 11
F 070 340 78 34
www.rijksoverheid.nl

Ons kenmerk

1486629-187323-GMT

Bijlage(n)

-

Uw kenmerk

159856.295u

Datum 7 maart 2019
Betreft Commissiebrief Eerste Kamer inzake Communicatieplan actief
donorregistratiesysteem

*Correspondentie uitsluitend
richten aan het retouradres
met vermelding van de datum
en het kenmerk van deze
brief.*

Geachte voorzitter,

Hierbij zend ik u de antwoorden op de vragen van de leden van de **SGP**-fractie,
waarbij de leden van **CDA** en **PvdA** zich hebben aangesloten, betreffende
'Communicatieplan actief donorregistratiesysteem' (159856.295u).

Hoogachtend,

de minister voor Medische Zorg
en Sport,

Bruno Bruins

Antwoorden op de vragen van de leden van de **SGP**-fractie, waarbij de leden van fracties van **CDA** en **PvdA** zich hebben aangesloten, betreffende 'Communicatieplan actief donoorregistratiesysteem' (159856.295u).

Welke maatregelen kunnen worden genomen op het moment dat de communicatiedoelstellingen, zoals weergegeven op pagina 4 van het communicatieplan, niet lijken te worden gehaald?

De eerste maatregel is de in het communicatieplan genoemde nulmeting, die is uitgevoerd door het onderzoeksbureau Motivaction. De resultaten hiervan heb ik gebruikt om de in te zetten communicatiemiddelen en -boodschappen af te stemmen op de verschillen in kennis, houding en gedragsintentie van de doelgroepen die in het communicatieplan worden onderscheiden.

Deze nulmeting zal verderop in de campagne worden herhaald zodat ik de ontwikkeling van de kennis, houding en gedragsintentie kan volgen. Daarnaast zal in elke fase van de campagne een media analyse worden gedaan. Deze geeft, naast een beeld van hoe de campagne 'landt' in traditionele en social media, ook bijvoorbeeld het aantal registraties in het donoorregister gedurende die fase weer.

Wanneer uit deze analyses gaandeweg blijkt dat de communicatiedoelstellingen intensivering behoeven, of een bepaalde (deel)boodschap onvoldoende over komt, zal de campagne worden bijgestuurd.

Overweegt de regering de mogelijkheid om de datum van 1 juli 2020 te verschuiven als tegen die tijd te weinig mensen weet hebben van de voorgestelde wijziging van het Donoorregister?

De regering overweegt niet om de ingangsdatum van de nieuwe Donoorwet te verschuiven. Vanaf 1 juli 2020 krijgt iedereen van 18 jaar en ouder die zijn of haar keuze nog niet vastgelegd heeft in het Donoorregister een brief en een herinneringsbrief. Deze brieven vormen een integraal onderdeel van de nieuwe wet. Dit is de reden dat in het communicatieplan ervoor gekozen is om de campagne nog een jaar na 1 juli 2021 door te laten voeren. Aan het eind van fase 4 van de campagne, in juni 2021, wordt de balans opgemaakt wat betreft de behaalde doelstellingen, maar zoals in het antwoord op voorgaande vraag gesteld, monitoren we de doelstellingen tussentijds en stellen we de campagne waar nodig bij. Ook na de campagne blijft de overheid zich inspannen om de Nederlandse bevolking regelmatig te herinneren aan de wet en dat burgers hun keuze te allen tijde kunnen wijzigen.

De regering heeft zich ten doel gesteld dat 97% van de Nederlanders door de communicatiecampagne weet dat als je zelf geen keuze vastlegt in het Donoorregister je geen bezwaar hebt tegen het doneren van je organen. Tegelijkertijd stelt de regering zich ten doel dat 57% van de Nederlanders daadwerkelijk actief een keuze heeft geregistreerd in het Donoorregister. Waarop is die 57% gebaseerd?

In Nederland is na jaren campagnevoeren, zoals rond de jaarlijkse Donorweek, de registratiegraad stapsgewijs met enkele procenten gestegen. Ik verwacht, door de urgentie van het moment (introductie opt-out systeem) en de omvang van de campagne – in tijd en middelen –, dat nu een hogere registratiegraad behaald kan worden dan op basis van eerdere campagneresultaten verwacht kan worden. Op basis van deze factoren en de ervaringen in Wales, waar al eerder een

vergelijkbaar registratiesysteem werd ingevoerd, is in overleg met het gecontracteerde reclamebureau Publicis een ambitieuze doelstelling geformuleerd: een stijging van de registratiegraad van 42% naar 57%; dat is een toename van 36%. Ter vergelijking: in Wales steeg het aantal actieve registraties van 32% naar 38% (toename van 19%).

Ter nadere onderbouwing wijs ik erop dat de langdurige, intensieve campagne voor de nieuwe Donorwet, zoals beschreven in het communicatieplan, ruimte biedt voor gefaseerde en herhaalde communicatieboodschappen. Uit onderzoek is bekend dat mensen meerdere aansporingen nodig hebben voordat ze een uiteindelijk een beslissing nemen en tot registratie overgaan. (Kwalitatief onderzoek donorregistratie 2014, TNS NIPO). De campagne sluit hier bewust op aan en zet zoveel mogelijk in op meerdere aansporingen per individu.

Welke vervolgstappen overweegt de regering om de 40% die zij wel hoopt te bereiken met de communicatie over het gewijzigde Donorregister, naar niet over heeft weten te halen om zich te registeren in het donorregister, alsnog in beweging te krijgen?

De regering overweegt geen vervolgstappen om een nog hoger percentage registraties te behalen. Zoals in het antwoord op voorgaande vraag aangegeven, is de doelstelling van 57% behoorlijk ambitieus. Voorts geldt nog het volgende. Als de overheid burgers goed informeert over de nieuwe wet en de consequenties die deze voor hen kan hebben (wat de hoofddoelstelling is van het communicatieplan), dan hebben burgers ook de mogelijkheid om er welbewust voor te kiezen om hun keuze niet actief vast te leggen.