

Vergaderjaar 2022–2023

28 140

Evaluatie orgaandonatie

Nr. 120

BRIEF VAN DE MINISTER VAN VOLKSGEZONDHEID, WELZIJN EN SPORT

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 15 juni 2023

Hierbij stuur ik uw Kamer het rapport «*Effectonderzoek Jongeren Donorregister*» en het «*Effectonderzoek «Geen bezwaar»- geregistreerden*» die in opdracht van het Ministerie van VWS door onderzoeksbureau VJ Insights zijn opgesteld om twee communicatiecampagnes voor het Donorregister 2022/2023 te evalueren. In deze brief informeer ik uw Kamer over de resultaten van beide onderzoeken.

Tevens ga ik in op de communicatiestrategie Donorregister 2024–2026. Deze is opgesteld met als doel een duidelijke visie te formuleren voor de toekomstige communicatieactiviteiten voor het Donorregister, waarin de aanbevelingen uit de onderzoeken zijn meegenomen.

Rapport Campagne-Effectonderzoek Jongeren

Het aantal actieve registraties van jongeren tussen 18–24 jaar bleef de afgelopen jaren achter bij andere leeftijdsgroepen in het Donorregister. Daarom werd eind 2022 een campagne gelanceerd met als communicatie-doelstelling jongeren te helpen herinneren dat zij in het Donorregister (komen te) staan en aanzetten tot het registreren van een passende keuze. Om de effectiviteit van de campagne te meten, zijn jongeren van 18 t/m 23 jaar zowel vóór als ná de campagne ondervraagd over het Donorregister.

Hieruit blijkt dat de campagne mooie resultaten heeft behaald: gemiddeld hebben 25 procent meer actieve registraties per week plaatsgevonden dan in de weken voorafgaand aan de campagne.

Na afloop van de campagne geven meer jongeren aan hun keuze ingevuld te hebben in het Donorregister. Ook hebben jongeren behoefte aan meer informatie over orgaandonatie en hebben zij met anderen meer over orgaandonatie gesproken. Het onderwerp lijkt na afloop van de campagne meer te leven onder jongeren.

Rapport Campagne-Effectonderzoek Geen Bezwaar

Vorig jaar heb ik een onderzoek laten uitvoeren onder de groep «geen bezwaar»-geregistreerden over hun kennisstand met betrekking tot orgaandonatie en hoe zij de informatievoorziening over het Donorregister ervaren. Hieruit kwam de aanbeveling naar voren dat specifieke aandacht moet uitgaan naar mensen voor wie geldt dat de registratie niet overtuigend past bij hun wensen.

De «Geen bezwaar»-campagne van eind 2022/begin 2023 richtte zich op het (nogmaals) informeren over de consequenties van een «geen bezwaar»-registratie in het Donorregister. In de campagne werd ook de mogelijkheid benoemd om tot een passende keuze te komen met behulp van een keuzehulp.

De effectmeting van de «Geen bezwaar»-campagne laat zien dat ook deze campagne resultaten oplevert waarmee ik tevreden ben: gemiddeld hebben 86 procent meer actieve registraties per week plaatsgevonden dan in de weken voorafgaand aan de campagne. De kennis dat men met «geen bezwaar» in het Donorregister komt te staan als men niets ingevuld heeft, is hoog. Na afloop van de campagne is het aandeel mensen dat dit wist 70 procent en daarmee duidelijk toegenomen ten opzichte van voor de campagne (61 procent).

Er zijn ook verbeterpunten naar voren gekomen. Zo is het voor mensen niet altijd duidelijk dat ze de keuze in het Donorregister altijd kunnen wijzigen. Ik heb dit verbeterpunt meegenomen in de uitwerking van toekomstige communicatieactiviteiten.

Communicatiestrategie 2024–2026

Tijdens de implementatie van de nieuwe donorwet is gewerkt met een communicatiestrategie. Deze bevatte de doelstelling van de overheidscommunicatie en de in te zetten communicatiemiddelen. Nu de implementatie van de nieuwe donorwet volledig is afgerond, is het tijd voor een communicatiestrategie die de doelstelling en werkzaamheden in de reguliere uitvoering omschrijft. De uitgangspunten zijn in lijn met voorgaande jaren: de overheid stuurt niet op een bepaalde keuze in het Donorregister. Elke keuze is goed. Wel moet de overheid ervoor zorgen dat door middel van informatie- en communicatieactiviteiten iedereen een *geïnformeerde en bewuste* keuze kan maken.

De opgedane kennis uit de hierboven toegelichte evaluatieonderzoeken, en de input van samenwerkingspartners zoals het CIBG, de Nederlandse Transplantatie Stichting (NTS) en veldpartijen zijn verwerkt in de communicatiestrategie Donorregister 2024–2026. Deze vindt u in een aparte bijlage bij deze brief. Hieronder licht ik de hoofdpunten graag toe.

Uitgangspunt «gebalanceerd en respectvol»

De communicatiestrategie voor het Donorregister wordt ook voor de komende 3 jaar vanuit een «gebalanceerd en respectvol» perspectief ingestoken, in lijn met de communicatieactiviteiten sinds het begin van de implementatiecampagne van de nieuwe donorwet in 2020. Dit betekent dat ik vasthoud aan het neutraliteitsbeginsel bij uitingen van de rijksoverheid ten opzichte van de keuze in het Donorregister.

De NTS heeft als taak om het kennis- en bewustwordingsniveau van burgers te waarborgen. De NTS doet dit door in de informatieverstrekking over het proces van orgaandonatie op een gebalanceerde en respectvolle

manier over de waarde van donatie te vertellen, wat ten goede komt aan begrip over en bereidheid tot orgaandonatie.

Gerichte communicatie op doelgroepen-niveau

Omdat enerzijds het kennisniveau van het brede publiek de afgelopen jaren met meerdere massa-mediale campagnes verhoogd is, en anderzijds massa-mediale campagnes minder doeltreffend zijn als het gaat om de diverse (sub-)doelgroepen binnen de bevolking, zal het Ministerie van VWS in de periode 2024–2026 geen jaarlijkse massa-mediale campagne initiëren. In plaats daarvan wordt per jaar gericht gecommuniceerd over specifieke onderwerpen rondom donorregistratie die op dat moment leven bij een of meerdere specifieke doelgroepen.

Doelgroep Jongeren en Nieuw ingezetenen

Het Ministerie van VWS wil ook de komende jaren de groep jongeren regelmatig herinneren aan het Donorregister. Zo zal het Ministerie van VWS geregeld aandacht vragen voor het onderwerp. Ook wordt op dit moment verkennend onderzocht of het wenselijk is om een herinneringsbrief te sturen aan 21-jarigen die met «geen bezwaar» in het Donorregister staan. Ik zie dit als een structureel communicatiemiddel om jongeren opnieuw te herinneren aan hun donorregistratie. Voor een soortgelijke herinneringsbrief is een wettelijke grondslag nodig via een algemene maatregel van bestuur (AMvB). Verder wordt vanuit de NTS volop ingezet op educatie voor jongeren, bijvoorbeeld door gastlessen over orgaandonatie op scholen.

Zoals eerder aan uw Kamer aangegeven, worden vanaf 2024 op maandelijkse basis ook weer de nieuw ingezetenen aangeschreven (ongeveer 100.000 personen per jaar). We zullen dit met gepersonaliseerde brieven doen met een mogelijkheid om deze in verschillende talen te lezen. Ook wordt gekeken naar vindplekken voor laagdrempelige informatie. De precieze planning wordt op dit moment nog uitgewerkt.

Om te waarborgen dat we weten wat het kennisniveau is van de Nederlandse bevolking over het Donorregister, wordt per 2024 een panelonderzoek opgezet door een extern bureau. Met de input vanuit het panel zal het mogelijk zijn om te bepalen welke gerichte communicatieactiviteiten per doelgroep wenselijk zijn.

Met deze activiteiten vertrouw ik erop dat mensen een geïnformeerde en bewuste keuze kunnen maken over een zo wezenlijk en persoonlijk onderwerp als orgaan- en weefseldonatie.

De Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,
E.J. Kuipers