

Peiling voor PR- campagne 'Zeg NEE tegen vaperen'

Offerte

M250225

5.1.2e

5.1.2e @motivaction.nl

5.1.2e

5.1.2e @motivaction.nl

5.1.2e

5.1.2e @motivaction.nl

Opdrachtgever:
Ministerie van VWS i.s.m.
Ministerie van AZ/DPC

24-3-2025

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Achtergrond	3
Visie en uitgangspunten	4
Opzet	5
Deliverables	8
Projectteam	10
Planning	11
Budget	12
Bijlage - Auteursrecht	13

Achtergrond

De overheid streeft naar een rook- en dampvrije generatie in 2040. Om deze ambitie te realiseren, richt de overheid zich met name op het beschermen van jongeren en jongvolwassenen tegen nicotineverslaving door de aantrekkelijkheid en beschikbaarheid van nicotineproducten te verminderen. In dat kader is voor de e-sigaret 1 januari 2024 het smaakjesverbod in werking getreden. De vraag naar en het illegale aanbod van vapes met een smaakje is echter nog altijd groot en jongeren maken daar gebruik van.

Vanwege de sterke toename van vapegebruik onder jongeren wordt momenteel een Anti-Vape Actieplan ontwikkeld, die in 2025 start. De focus ligt vooral op het terugdringen van vapegebruik onder jongeren door vapes en andere nicotineproducten minder aantrekkelijk, zichtbaar en toegankelijk te maken. Het veranderen van de maatschappelijke norm rondom vpen en overige nicotineproducten speelt hierin een belangrijke rol.

De Rijksoverheid ontwikkelt een campagne om het gebruik van vapes onder jongeren tegen te gaan. Hierin staat het volgende concept centraal: 'Zeg NEE tegen vpen'. De campagnedoelstellingen zijn:

- Ouders van jongeren van 12-16 jaar zien de risico's van vpen voor hun eigen kind (VOELEN);
- Ouders van jongeren van 12-16 jaar voelen zich in staat om met hun kind(eren) te praten over niet vpen, omdat zij voldoende informatie, tips en handvatten hebben om het gesprek aan te gaan (VOELEN);
- Ouders van jongeren van 12-16 jaar hebben de intentie om (nogmaals) met hun kinderen te praten over niet vpen (DOEN).

Doelstelling en doelgroep onderzoek

Het doel van het onderzoek is inzicht geven in de beleving en het gedrag op het gebied van vpen bij kinderen uit de risicovolle leeftijdsgroep (12-16 jaar) en hun ouders. Het onderzoek moet aan aanvulling en verdieping bieden van recente onderzoeken, zoals de Trimbos Jeugdmonitor.

Een voorlopige lijst met aspecten waarover vragen kunnen worden gesteld:

- Bewustzijn en kennis over vpen
 - Beschikbaarheid/toegankelijkheid
 - Gebruik
 - Gedrag
- Zorgen over vpen
 - Gevaren (gezondheid/fysiek)
 - Verslaving
- Oordelen en normen
- Invloed en toezicht
- Actie en verantwoordelijkheid
 - Gesprek tussen ouder en kind
 - Afspraken tussen ouder en kind
 - Rol van ouder/school/overheid
- Hulpbehoefte

Visie en uitgangspunten

Wat het onderzoek uitdagend maakt, is dat de doelgroepen klein zijn, het onderwerp (vapen) extra vatbaar voor sociaalwenselijke beantwoording van vragen en de planning krap. We gaan uit van de volgende uitgangspunten om het onderzoek mogelijk te maken:

- We benaderen ouders met kinderen van 12-16 jaar direct en via deze ouders ook de kinderen tussen 12-16 jaar zelf;
- We gaan uit van 2 verschillende vragenlijsten van elk maximaal 7 minuten (21 vragen): één voor ouders en één voor kinderen. Een (groot) deel van de vragen zal op elkaar lijken of zelfs identiek zijn, zodat een vergelijking mogelijk is in de tabellen;
- Per benaderd gezin mogen één ouder en meerdere kinderen meedoen. Bij het externe panel wordt waarschijnlijk maar één kind benaderd, waarbij dan 12-jarigen voorrang krijgen. Indien er geen 12-jarige is en meerdere van 13-16, dan kan bijvoorbeeld gekozen worden voor het kind 13-16 dat het laatste jarig was (om dit random te houden);
- We informeren ouders volledig over het thema en de vragen die we de kinderen gaan stellen, waarbij we ook uitleggen namens wie we het onderzoek doen en waar het onderzoek voor bedoeld is;
- We benaderen de kinderen op 2 manieren:
 - StemPunt: We vragen de ouder – als die akkoord is dat we kinderen bevragen – een e-mailadres in te vullen, waarnaar we de link naar de vragenlijst voor kinderen kunnen sturen;
 - Extern panel: ouders ontvangen direct een email met het verzoek hun kind te vragen de vragenlijst zelfstandig in te vullen (voor zover eerder al is geregeld/vastgelegd dat we een dergelijk verzoek mogen doen);
- Best effort benadering: vanwege de moeilijke doelgroep (met name kinderen) geven we geen garanties over te behalen steekproef aantallen (n). We doen uiteraard ons best de opgegeven n te realiseren;
- Om de invloed van sociale wenselijkheid op de beantwoording van vragen te minimaliseren krijgen kinderen een aparte email met een link naar de vragenlijst, zodat ze die op een zelf gekozen moment kunnen beantwoorden. We vragen hen ook expliciet om de vragenlijst alleen in te vullen. Verder benadrukken we dat we hun gegevens anoniem verwerken en dat hun gegevens niet herleidbaar zijn tot personen. We kunnen geen garanties geven dat de vragen eerlijk worden ingevuld. Dat kan in geen enkel onderzoek, maar hier is natuurlijk meer risico. We kunnen wel nog een controlevraag stellen aan het einde: in hoeverre heb je het gevoel dat je de vragen eerlijk hebt kunnen beantwoorden met een antwoordschaal (en eventueel een inleiding waarin we begrip tonen dat het kan gebeuren dat je niet eerlijk bent). Als uit de antwoorden zou blijken dat kinderen niet allemaal steeds eerlijk antwoorden, dan moeten we dit wel vermelden (of de betreffende kinderen uit de resultaten verwijderen, maar dan hou je dus minder complete over en dit geeft een risico op vertraging). We bekijken in overleg met de opdrachtgever nog of we de controlevraag wel of niet gaan stellen;
- In overleg bepalen we of we een geheel nieuwe verwerkersovereenkomst (VWOK) met VWS moeten sluiten of dat we kunnen volstaan met het aanpassen van een bijlage uit een eerdere overeenkomst met VWS of als onderdeel van de raamovereenkomst. In ieder geval denken wij dat er iets moet worden vastgelegd, omdat we e-mailadressen verzamelen waarop kinderen bereikbaar zijn.

Opzet

Hieronder gaan we beknopt en stapsgewijs in op onze aanpak. Voor meer achtergrondinformatie over onze werkwijze verwijzen we naar onze inschrijving voor de raamovereenkomst.

Vragenlijstontwikkeling

- Er is ruimte voor 21 vragen ($t=7$). De volgende vraagtypen tellen daarbij steeds als 1 vraag:
 - Een open vraag met 5 of minder open invulvelden;
 - Een vraag met ca. 10 of minder antwoordopties (één- of meerkeuze);
 - Een vraag met 5 of minder termen (of stellingen met ca. 5 of minder woorden), waarbij elke term moet worden beoordeeld via een identieke antwoordschaal, zoals de mate waarin men een kenmerk van toepassing vindt (soms ook matrix- of gridvraag genoemd);
 - Een vraag met 3 of minder langere stellingen (ca. 10-20 woorden), waarbij elke stelling moet worden beantwoord via een identieke antwoordschaal, zoals de mate waarin men het eens is met de stelling (soms ook matrix- of gridvraag genoemd);
 - Een voorgelegde tekst die de respondent eerst moet lezen (ca. 100-150 woorden) voordat die een of meer vragen kan beantwoorden.
- We ontvangen de 2 vragenlijsten (vragen, routing en antwoordopties; inclusief taalgebruik en taalniveau B1) in Word van DPC/VWS of van de bij de campagne betrokken bureaus (HAGENS en Open Now);
- Ook horen we graag welke precieze uitsplitsingen in tabellen gewenst zijn, zodat we dit in het vragenlijstdocument meteen kunnen vastleggen;
- We voeren een kritische check uit op vraagstelling (incl. inclusiviteit en taalniveau) en zetten het om naar onze huisstijl;
- We ontvangen alle feedback op onze eerste versies van de betrokken partijen graag in één keer en gebundeld en eenduidig, zodat we het efficiënt kunnen verwerken;
- We stellen tweede versies op, die we ter accordering voorleggen;
- We programmeren de 2 vragenlijsten en testen deze. Betrokken partijen krijgen ook de gelegenheid om te testen. We ontvangen feedback graag gebundeld, zodat we die direct kunnen verwerken.

Steekproef en veldwerk

We streven naar een totale steekproef van $n=1.800$, die we realiseren op basis van ons eigen panel (StemPunt) en dat van een partner. In de tabel staat de verdeling over de doelgroepen/subgroepen en de mogelijkheden wat betreft representativiteit. Hierbij gaan we uit van twee statistische wegen: één voor elke totale doelgroep.

	Doelsteekproef (n)	Universum	Representativiteit
1.Ouders 12-16 (=met één of meer kinderen van 12 t/m 16 jaar)	1.000	Eerdere representatieve StemPunt-metingen (continue metingen in kader van 'gezinsmodule', waaruit we een propensity gewogen steekproef genereren)	Geslacht, leeftijd, regio en opleiding. Daarnaast wegen we voor de leeftijd van de kinderen (of specifieker het aandeel ouders 12-16 met een kind van 12). Aan de hand van het gemiddelde aantal kinderen per gezin bepalen we wat de aandelen per leeftijdsgroep moeten zijn.
1A.Ouders 12 (=met één of meer kinderen van 12 jaar)?	500	Voor deze kleine groep is geen betrouwbaar universum beschikbaar	Doordat we de totale groep ouders 12-16 wegen, gaan we ervan uit dat ook de verdelingen binnen de subgroep ouders 12 zo proportioneel mogelijk zijn,
1B.Ouders 13-16 (=met één of meer kinderen van 13 t/m 16 jaar)?	500	Voor deze kleine groep is geen betrouwbaar universum beschikbaar	Doordat we de totale groep ouders 12-16 wegen, gaan we ervan uit dat ook de verdelingen binnen de subgroep ouders 13-16 zo proportioneel mogelijk zijn
2.Kinderen 12-16 jaar	800	Statline	Geslacht, leeftijd, regio, N.B. Aandeel kinderen van 12 jaar zal flink worden teruggewogen (tot 20%)
2A.Kinderen 12 jaar	300	Voor deze kleine groep is geen betrouwbaar universum beschikbaar	Doordat we de totale groep kinderen 12-16 jaar wegen, gaan we ervan uit dat ook de verdelingen binnen de subgroep kinderen 12 jaar zo proportioneel mogelijk zijn
2B.Kinderen 13-16 jaar	500	Voor deze kleine groep is geen betrouwbaar universum beschikbaar	Doordat we de totale groep kinderen 12-16 jaar wegen, gaan we ervan uit dat ook de verdelingen binnen de subgroep kinderen 13-16 jaar zo proportioneel mogelijk zijn

Opmerkingen hierbij:

- Steekproeven kunnen heel scheef binnenkomen en dan dus een relatief sterke correctie nodig hebben via weging. Bijvoorbeeld doordat bij ouders veel meer vrouwen deelnemen dan mannen;
- Als er ouders zijn met een kind van 12 en een kind tussen 13-16 dan tellen die ouders in beide doelgroepen mee;
- Het externe panel geeft voorrang aan 12-jarigen, en als er alleen 13-16 jarigen zijn, dan vragen we hen bijvoorbeeld degene voor te dragen die het laatste jarig was;
- Van panelleden zijn geboortejaren bekend en niet exacte leeftijden. Het zou inefficiënt zijn als we 12-jarigen in dit onderzoek zouden selecteren via een voorselectie uit de panels op basis van geboortjaar 2012 en 2013, omdat van de geboren uit die laatste groep op dit moment nog maar een kwart 12 jaar is. Om (kosten)efficiënt te werken, gaan we daarom alleen uit van 12 jarigen die in 2012 geboren zijn (momenteel driekwart van alle 12-jarigen). Een nadeel is dan wel weer, dat een klein deel van de 12-jarigen (degenen die net 12 zijn) niet in de steekproef komen. Hier is in bovengenoemde streefaantal (n=300 12-jarigen) overigens al rekening mee gehouden. Maar om de kans te maximaliseren dat we het streefaantal ook daadwerkelijk realiseren, stellen we voor leeftijden af te ronden en dus alle kinderen die geboren zijn in 2012 te tellen als 12 jaar (en dus ook zo te noemen in de tabellen). Dat betekent dat ook kinderen van 13 jaar en maximaal 3 maanden nog net meetellen als 12-jarigen. En een de andere kant van de leeftijdsrange geldt dat kinderen van 17 jaar en 3 maanden nog net meetellen als 16 jarige. Dit lijkt misschien wat raar, maar het is sowieso in onderzoek gebruikelijk om dergelijke afrondingen te gebruiken. Onze panelleden worden allemaal halverwege het jaar een jaar ouder gemaakt. Wat we dan in feite doen, is mensen indelen bij een leeftijd waar ze het dichtste bij zitten. Dat is anders dan hoe het in het normale leven gaat, maar vanuit onderzoeksoptiek vinden wij dat goed verdedigbaar. Mochten VWS en de betrokken bureaus dit toch niet willen, dan zullen we leeftijd niet afronden en is de enige consequentie dat de kans dat we het streefaantal realiseren iets kleiner is.

Deliverables

Tussentijds

- Aan HAGENS leveren we tussentijds een dataset met een eerste batch binnengekomen ruwe data (niet gecleaned en ongewogen) in SPSS en CSV. De dataset bevat geen gegevens die herleidbaarheid tot personen mogelijk maken;
- Ook leveren we in totaal 3 tabellensets met daarbinnen de volgende uitsplitsingen:
 - Ouders 12-16, uitgesplitst naar:
 1. leeftijd
 2. geslacht
 3. regio
 4. opleiding
 5. leeftijd kind (12 vs. 13-16)
 6. heeft men ook nog kinderen ouder dan 16 jaar (ja vs. nee), of: leeftijd oudste kind (12 jaar vs. 13 jaar of ouder) (o.i.d.)
 7. uitsplitsing naar keuze
 - Kinderen 12-16, uitgesplitst naar:
 1. leeftijd (12 vs. 13-16)
 2. geslacht
 3. regio
 4. opleiding
 5. is oudste kind (wel vs. niet) (o.i.d.)
 6. uitsplitsing naar keuze
 - Ouders en kinderen, uitgesplitst naar:
 - Ouders 12-16 versus kinderen 12-16 (als vragen identiek/vergelijkbaar zijn)
- De tabellensets bevatten percentages en schaalgemiddelden voor alle gestelde vragen op totaalniveau en naar subgroepen op basis van genoemde uitsplitsingen. Ook voegen we alle letterlijke antwoorden op open gestelde vragen toe;

Na afsluiten veldwerk

- Uiterlijk op de geplande datum sluiten we veldwerk en voeren we datacleaning uit en de 2 wegingen uit zoals eerder beschreven;
- Vervolgens leveren we de definitieve tabellenset op conform dezelfde opzet/uitsplitsingen als hierboven beschreven;
- HAGENS gaat zelf aan de slag met de resultaten (tabellen, dataset). Motivaction is daarbij beschikbaar voor consultatie.
- We gaan uit van een online bespreking van de tabellenset met DPC/VWS/Open Now/HAGENS, inclusief ruimte voor discussie over PR-mogelijkheden. Tijdens (of direct na) dit gesprek willen we ook duidelijkheid hebben over opzet van de rapportages;

- We gaan uit van oplevering van 3 compacte, digitaal toegankelijke rapporten in Powerpoint (PDF). De precieze opzet en inhoud bespreken we later. Belangrijk is dat die aansluiten bij de wensen die voortkomen uit de campagne. Om voldoende tijd te reserveren gaan we qua omvang uit van resultaten m.b.t. de volgende doel- en subgroepen:
 - Ouders 12-16 (totalen) en uitsplitsingen naar:
 - Ouders 12 versus ouders 13-16
 - Ouders versus kinderen (vergelijkbare vragen)
 - Eventueel nog een uitsplitsing naar keuze
 - Kinderen 12-16 (totalen) en uitsplitsingen naar:
 - Kinderen 12 versus kinderen 13-16
 - Kinderen versus ouders (vergelijkbare vragen)
 - Eventueel nog een uitsplitsing naar keuze
 - Per rapport kan gekozen worden voor verschillende vragen en/of onderwerpen. Uitgangspunt is dat elke vraag in principe in 1 van de 3 rapporten wordt gerapporteerd;
 - Rapportopbouw. De rapporten bevatten een korte inleiding (achtergrond/doelstelling en evt. onderzoeksvragen), methodologische verantwoording en leeswijzer. Verder een feitelijke managementsamenvatting (max. 1 sheet per rapport). In het resultaatendeel worden totale resultaten getoond in grafieken (dus totalen voor ouders 12-16 en kinderen 12-16), conclusies vermeld in koppen bovenaan de sheets en waar nodig een korte toelichting gegeven bij de grafieken en/of een subgroepresultaat schriftelijk beschreven. We gaan in principe alleen in op subgroepverschillen uit de opgeleverde tabellenset die betrokken partijen relevant vinden en die statistisch significant zijn. De rapporten zijn visueel aantrekkelijk door het gebruik van Powerpoint, grafieken, iconen om subgroepen een te duiden en foto's (voorop, bij nieuw hoofdstuk);
 - In de briefing staat: "Directe vergelijking tussen dit onderzoek en die onderzoeken zullen niet worden getrokken, behalve op de vraag OF jongeren (in de leeftijdscategorie 12-16 jaar) al eens gevapet hebben. Daar zullen we, afhankelijk van het resultaat, een vergelijking willen maken met de laatste cijfers van het Trimbos". Zoals besproken raden wij het af conclusies te trekken over verandering in de tijd, omdat de methoden zo afwijkend zijn dat een betrouwbare vergelijking niet mogelijk is. Wel zullen we in het rapport een soort disclaimer opnemen: eventuele verschillen benoemen en aangeven dat hieruit geen conclusies over verandering in de tijd kunnen worden getrokken vanwege verschillen in methodiek, waardoor een betrouwbare vergelijking niet mogelijk is;
 - De rapporten worden eerst in concept opgesteld en op basis van de feedback van betrokken partijen definitief gemaakt. Feedbackpunten ontvangen we graag gebundeld (eenduidig) per e-mail.
- We voeren checks uit op door HAGENS en Open Now aangeleverde campagnemiddelen (bijvoorbeeld het persbericht). Dit houdt in dat we aan de hand van ons rapport en/of de tabellensets controleren of eventuele uitspraken over de resultaten ondersteund worden door het onderzoek;
- Eerstelijnswoordvoering n.a.v. verzoeken van redacties ligt bij HAGENS. Indien nodig kan Motivaction hierbij aanvullende ondersteuning bieden.

Projectteam

Het onderzoek wordt uitgevoerd en gerapporteerd door

5.1.2e

en

5.1.2e

Planning

De campagnes (PR + reguliere campagne) gaan live op 12 mei (dus begin week 20).

We gaan voorlopig uit van de volgende planning.

Activiteit	Verantwoordelijke	Planning
Offerte	Motivaction	Week 13: ma
Accordering	VWS/DPC	Week 13: di/wo
Verwerkersovereenkomst/bijlage	Motivaction en VWS/DPC	Week 13-14
Vragenlijstinput	HAGENS/ON	Week 13: einde
Conceptvragenlijst	Motivaction	Week 14: begin
Feedback cpt. vragenlijst	HAGENS/ON/VWS/DPC	Week 14: medio
Definitieve vragenlijst (en accordering)	Motivaction (accordering VWS/DPC of gedelegeerd aan HAGENS /ON)	Week 14: eind
Programmeren	Motivaction	Week 15: begin
Testen	Motivaction (en overige betrokken partijen)	Week 15: medio
Start veldwerk en 10%-check	Motivaction	Week 15: eind
Tussentijdse oplevering data en tabellen aan HAGENS	Motivaction	Week 16
Sluiten veldwerk, datacleaning, weging, tabellen en datasets	Motivaction	Week 17 medio
Bespreking (insteek PR en rapport)	VWS/DPC, HAGENS, ON, Motivaction	Week 17 eind
Conceptrapport 1 (3x)	Motivaction	Week 18
Feedback	HAGENS/ON/VWS/DPC	Week 19 begin
Definitief rapport 1 (3x)	Motivaction	Week 19 einde
Conceptrapport 2	Motivaction	Week 18
Feedback	HAGENS/ON/VWS/DPC	Week 19
Definitief rapport 2	Motivaction	Week 19
Conceptrapport 3	Motivaction	Week 18
Feedback	HAGENS/ON/VWS/DPC	Week 19
Definitief rapport 3	Motivaction	Week 19
Beschikbaarheid voor ad hoc vragen (consultatie, checks, ondersteuning)	Motivaction	Week 17 t/m 21

Budget

Het voor dit project benodigde budget bedraagt (cf. afspraken in de raamovereenkomst) **€ 28.724,-** excl. btw.

Hierbij zijn inbegrepen:

- 2 vragenlijsten van elk t=7;
- Steekproef van n=1.800 onder specifieke doelgroepen ouders (12 en 13-16) en kinderen (12 en 13-16);
- 3 deelrapporten;
- Extra opleveringen en afstemming: tussentijdse oplevering data en tabellen, bespreking tabellen, nadere afstemming over rapport, beschikbaarheid voor ad hoc vragen (consultatie, checks, ondersteuning).

Bijlage - Auteursrecht

De gegevens in dit voorstel zijn strikt vertrouwelijk. Het auteursrecht ligt bij Motivaction International bv. Verveelvoudiging en/of openbaarmaking van dit voorstel is slechts toegestaan na voorafgaande schriftelijke toestemming van de directie van Motivaction.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).