

Vergaderjaar 2018–2019

**33 506**

## **Voorstel van wet van het lid Pia Dijkstra tot wijziging van de Wet op de orgaandonatie in verband met het opnemen van een actief donorregistratiesysteem**

**Nr. 35**

### **BRIEF VAN DE MINISTER VOOR MEDISCHE ZORG**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 26 april 2019

Ik dank uw Kamer voor het verzoek om een inhoudelijke reactie te geven op de campagne ten behoeve van de nieuwe Donorwet. Het biedt mij de gelegenheid om de uitgangspunten en doelstellingen hiervan nog eens over het voetlicht te brengen.

#### *Uitgangspunt en doelstellingen campagne*

Zowel de nieuwe Donorwet als orgaandonatie op zichzelf zijn complexe en persoonlijke onderwerpen. Daarom moet dat daarover zorgvuldig en met respect voor verschillende opvattingen worden gecommuniceerd. Het uiteindelijke doel is dat Nederland goed geïnformeerd is, zich goed geïnformeerd voelt en als gevolg daarvan ook zoveel mogelijk actief de eigen keuze vastlegt. In het communicatieplan is dit doel vertaald in een aantal te behalen resultaten.

#### *Fasering*

Deze aanpak betekent dat ervoor gekozen is om de boodschap op te knippen in fasen en in begrijpelijke delen te presenteren. Ook is bewust gekozen om een onderscheid te maken tussen tijdelijke campagne uitingen en de voorlichting die continue beschikbaar is op de website en in de vorm van onder andere een brochure. De boodschap is altijd actief en naarmate de fasering vordert neemt de urgentie toe. De consequentie van niet actief een keuze vastleggen komt in de volgende fase nadrukkelijk aan de orde en zal richting juli 2020 steeds duidelijker en daarmee meer actief worden gepresenteerd.

Er wordt gewerkt volgens onderstaande fasering waarin Nederland op de hoogte wordt gebracht van de komst van de wet en waaraan altijd een handelingsperspectief is gekoppeld (registreren van je keuze):

*Fase 1) Boodschap: Waar gaat het over? (je laten informeren/ erover lezen/ erover in gesprek gaan met elkaar)*

*Fase 2) Boodschap: Waarom wil ik dit weten? (voorlichten en motiveren)*

«Geen bezwaar tegen orgaandonatie» komt hier aan de orde

*Fase 3) Boodschap: Wat moet ik nu doen? (activeren)*

*Fase 4) Boodschap: Klopt mijn keuze? (informeren)*

### *Communiceren over de consequenties van de nieuwe wet*

In de nieuw ontwikkelde brochure en op de website van het Donorregister wordt de burger expliciet op de consequenties van «niet kiezen» gewezen. Ik heb de brochure ter kennisneming bij deze brief gevoegd. Ook in de gebruikte slogan komt dit element van de nieuwe Donorwet terug, zij het minder expliciet. Zoals u eerder bericht in de leeswijzer bij het communicatieplan dat ik op 21 december 2018 aan uw Kamer heb gestuurd<sup>1</sup>, zijn er vier slogans getest waaronder twee op aandragen van de Kamer: «wat betekent het voor mij?» en «donor, tenzij». Het testpanel verkoos eerstgenoemde slogan duidelijk boven de laatstgenoemde. Door het testpanel werd ervaren dat de slogan «wat betekent het voor mij?» de burger persoonlijk attendeert op het feit dat de verandering voor hem of haar consequenties heeft. Deze boodschap wordt daarom in de TV-spots gebruikt.

Daarnaast is dit een neutrale vraag die aanspoort tot «zoekgedrag». Dit is, naast de testuitslag, ook een reden dat ik voor deze slogan heb gekozen. Gedragwetenschappelijke inzichten leren dat het gewenste gedrag laten zien in campagne-uitingen werkt: mensen laten dan eerder ditzelfde gedrag zien en gaan tot actie over.

Alleen attenderen op de consequentie van het niet-registreren van een keuze draagt niet bij aan een goed begrip van de nieuwe wet onder de doelgroepen noch aan het gewenste gedrag: actief je eigen keuze maken en vastleggen, welke dan ook. Deze boodschap zal immers alleen de nee-kiezers motiveren. Het doel van de campagne is om *alle* burgers in Nederland te motiveren hun keuze te maken en te registreren, welke keuze dan ook. De burger moet er dan op kunnen vertrouwen dat hij door de overheid van voldoende context is voorzien.

### *Huidige fase*

In de eerste fase van de campagne wordt Nederland geïnformeerd dat de Donorwet per 1 juli 2020 van kracht wordt en wordt verteld dat huidige registraties geldig blijven. Van beide zaken blijken veel mensen onvoldoende op de hoogte. Het nieuwe Donorregister krijgt met de publiekscampagne bekendheid waarna verder kan worden gewerkt aan het laden van de boodschap. Het publiek wordt daarom steeds verwezen naar [www.donorregister.nl](http://www.donorregister.nl) en opgeroepen om zich daar verder te informeren voor het maken van een keuze. Dit alles steeds met de in de spots terugkerende kernboodschap «Het nieuwe Donorregister. Wat betekent dat voor mij?». De overgang van de eerste en tweede fase is vloeiend; de boodschap van de tweede fase is inmiddels bijvoorbeeld via een radio commercial onder de aandacht gebracht.

Ik ga ervan uit dat ik u hierbij voldoende heb geïnformeerd. Voor meer informatie over de voortgang van de implementatie van de nieuwe

---

<sup>1</sup> Kamerstuk 33 506, nr. 33.

Donorwet, waaronder nadrukkelijk de campagne, verwijs ik u naar het eveneens toegestuurde voortgangsverslag implementatie nieuwe donorwet.

De Minister voor Medische Zorg,  
B.J. Bruins