



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

Vervolgcampagne wijkgericht vaccineren

Programma Corona Data & Ontwerp

December 2021

Campagne Prikken zonder afspraak

- Focus op leeftijdsgroepen 18 – 30, secundair tot 39 jaar
- Spotify, Radio en out-of-home (billboards etc.) en social
- Wijkgerichte vaccinatie



Disclaimer

- Het gaat hier niet om een *interventie-controle setting* zoals in de eerste ronde van de campagne.
- We kunnen bekijken hoe de 800 gebieden het doen qua aantallen vaccinaties en eerste afspraken.
- We kunnen deze cijfers ook afzetten tegen de cijfers van de rest van NL, maar het succes van de campagne niet aflezen aan deze vergelijking. Het betreft namelijk twee totaal verschillende 'groepen'.
- Er hebben naast de huidige campagne nog andere wijkgerichte interventies en landelijke aanpakken plaatsgevonden die een effect kunnen hebben op de huidige cijfers.

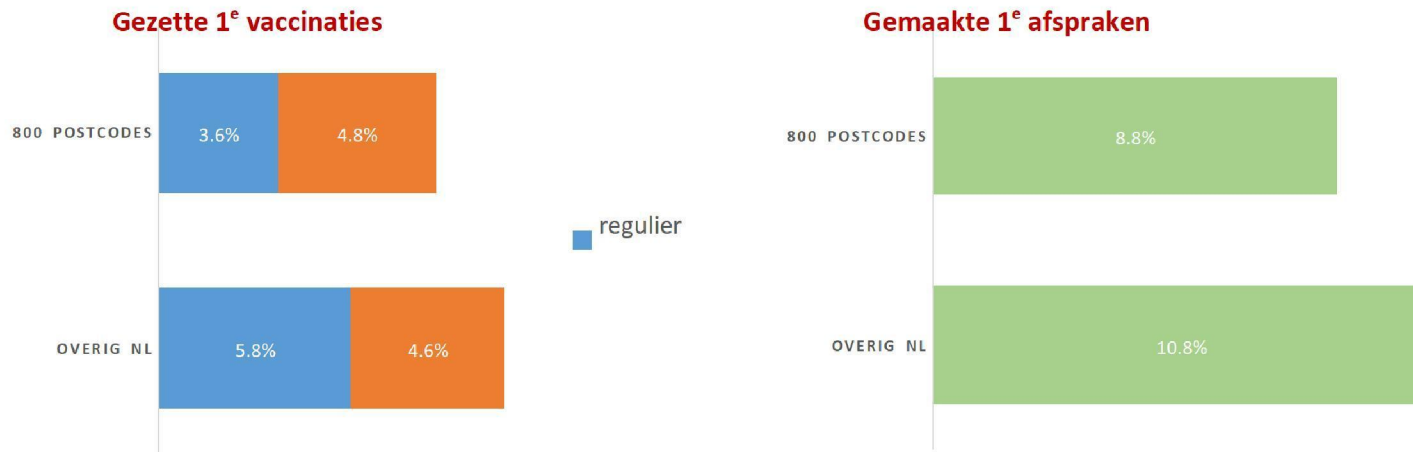
Leeswijzer

Conclusie en aanbevelingen

- In totaal hebben bijna 150.000 mensen in de gebieden waar de campagne heeft plaatsgevonden een 1^e prik laten zetten.
- Percentueel gezien hebben meer mensen in de 800 gebieden een 1^e prik laten zetten (1,67%) dan in de rest van Nederland (1,15%).
- **In de rest van Nederland hebben in totaal 182.500 mensen een 1^e prik laten zetten. Echter...**
- De strategie van de campagne ('het gemak verhogen om je te laten vaccineren') werkt zichtbaar: prikken zonder afspraak is populairder.
- Kenmerken van de gebieden lijken nauwelijks een rol te spelen in het prikgedrag voor de 1^e vaccinatie. Het percentage 15- tot 45-jarige inwoners speelt de grootste rol, maar dit effect is verwaarloosbaar.
- *Uit de huidige analyse blijkt dat om succes te behalen in de vaccinatiestrategie we ons niet teveel meer moeten richten op wijkenmerken. In een eerder stadium is dat succesvol gebleken (?), maar in de huidige fase is het wellicht beter om rekening te houden met de motivaties van individuen in plaats van content gericht op een wijk of doelgroep.*
- *Boosterstrategie?*

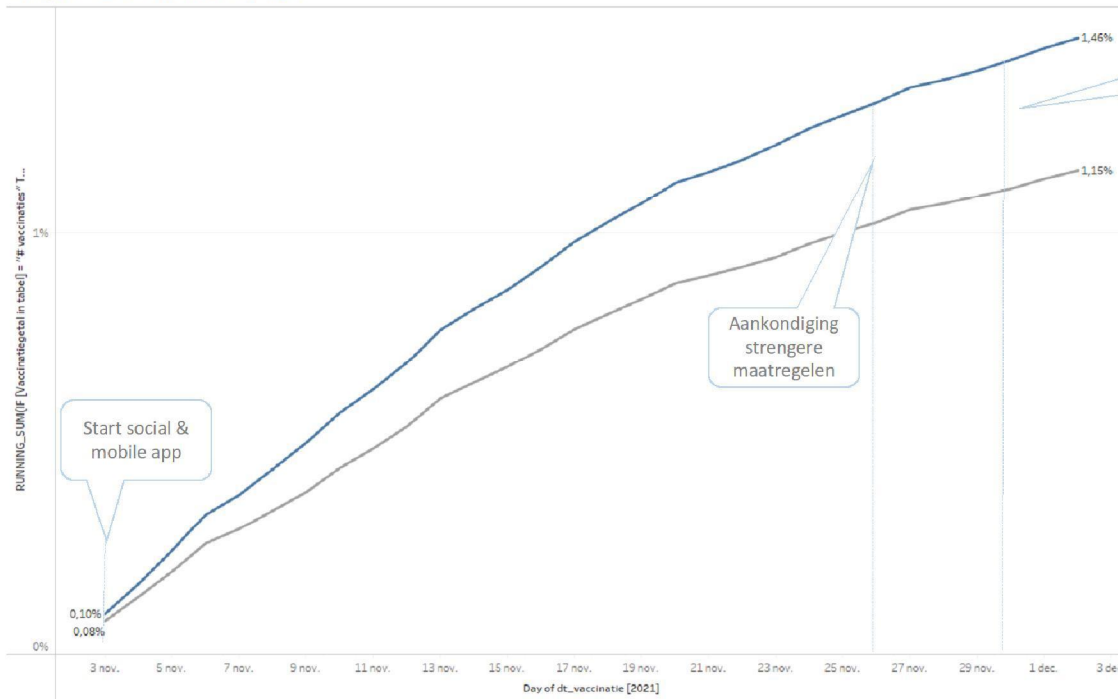
Resultaat vervolgcampagne

- In de 800 postcodegebieden samen hebben ruim 100.000 mensen een **1^e prik gekregen** (8,4%).
- Er zijn in beide groepen meer prikken gezet via **vrije inloop** dan via gemaakte afspraken (regulier).
- In de 800 postcodegebieden heeft een relatief lager percentage een **1^e afspraak gemaakt** (8,8%) dan in de rest van Nederland samen (10,8%).



Aantal gezette 1e prikken sinds start campagne

Extract bijgewerkt: 3-12-2021 07:59:49 Laatste dt_vaccinatie: 1-1-9999 00:00:00



Einde campagne

Blauw = interventie 800 PCs
Grijs = overig NL

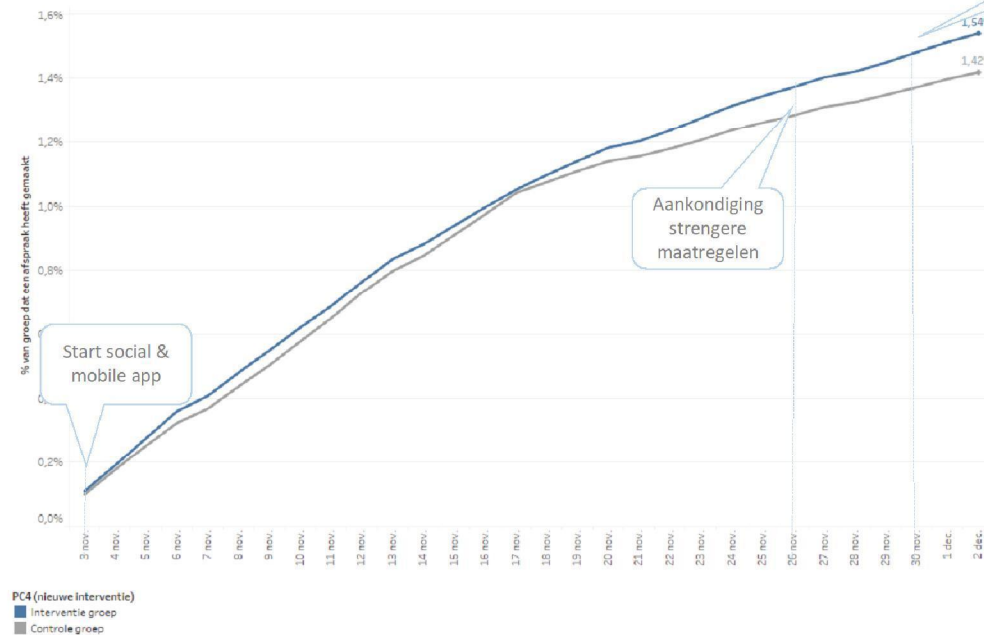
Vanaf het begin van de campagne (3 nov) begint de interventiegroep weg te lopen als we kijken naar het aantal 1^e prikken dat is gezet. Dit effect wordt sterker over tijd (hoewel we het hier niet over grote verschillen hebben).

De getoonde percentages zijn berekend ahv het totaal aantal inwoners.

% van groep dat afspraak heeft gemaakt voor 1^e vaccinatie

RIVM ad hoc_running (2)

Op Nene zijn Nene afspraken aangemaakt voor de 1^e vaccinatie. De 7-deagete trend is...



Blauw = interventie 800 PCs
Grijs = overig NL

Voor gemaakte afspraken voor de 1^e prik zijn de effecten minder groot. Tot 17 november gaan de groepen redelijk gelijk op, na 17 november gaan ze iets uiteen lopen.

De getoonde percentages zijn berekend ahv het totaal aantal inwoners.

Cijfers

	800 PCs	Overig NL (3000 PCs)
Totaal aantal inwoners	6.842.000 inwoners waarvan 2.971.400 geen 1 ^e prik	10.562.000 inwoners waarvan 3.772.000 geen 1 ^e prik
Gemaakte afspraken 1 ^e vaccinatie	105.300	125.000
Gezette 1 ^e prikken: regulier (#)	43.400	53.400
Gezette 1 ^e prikken: vrije inloop (#)	57.000	67.200
Totaal gezette 1^e prikken (% onder niet-gevaccineerde)	100.400 (3,4%)	120.600 (3,2%)

- **Prikken zonder afspraak is populairder** dan het laten zetten van een prik via een afspraak. De strategie van de campagne ('het gemak verhogen om je te laten vaccineren') werkt zichtbaar.
- Het totale percentage ongevaccineerde 15-45 jarigen dat zich heeft laten prikken tijdens de huidige campagneperiode is ruim **9,4%**
 - 8,4% van de doelgroep in de 800 gebieden heeft zich laten vaccineren, tegenover 10,4% in de rest van Nederland.

Cijfers

	800 PCs	Overig NL (3000 PCs)
Totaal aantal inwoners	6.800.000	10.500.000
doelgroep campagne	1.200.000 ongevaccineerden 15-45 jaar	1.160.000 ongevaccineerden 15-45 jaar
Gemaakte afspraken 1 ^e vaccinatie	105.300	125.000
Gezette 1 ^e prikken: regulier (#)	43.400	53.400
Gezette 1 ^e prikken: vrije inloop (#)	57.000	67.200
Totaal gezette 1^e prikken (% onder niet-gevaccineerde 15-45 jarigen)	100.400 (8,4%)	120.600 (10,4%)

- **Prikken zonder afspraak is populairder** dan het laten zetten van een prik via een afspraak. De strategie van de campagne ('het gemak verhogen om je te laten vaccineren') werkt zichtbaar.
- Het totale percentage ongevaccineerde 15-45 jarigen dat zich heeft laten prikken tijdens de huidige campagneperiode is ruim **9,4%**
 - 8,4% van de doelgroep in de 800 gebieden heeft zich laten vaccineren, tegenover 10,4% in de rest van Nederland.

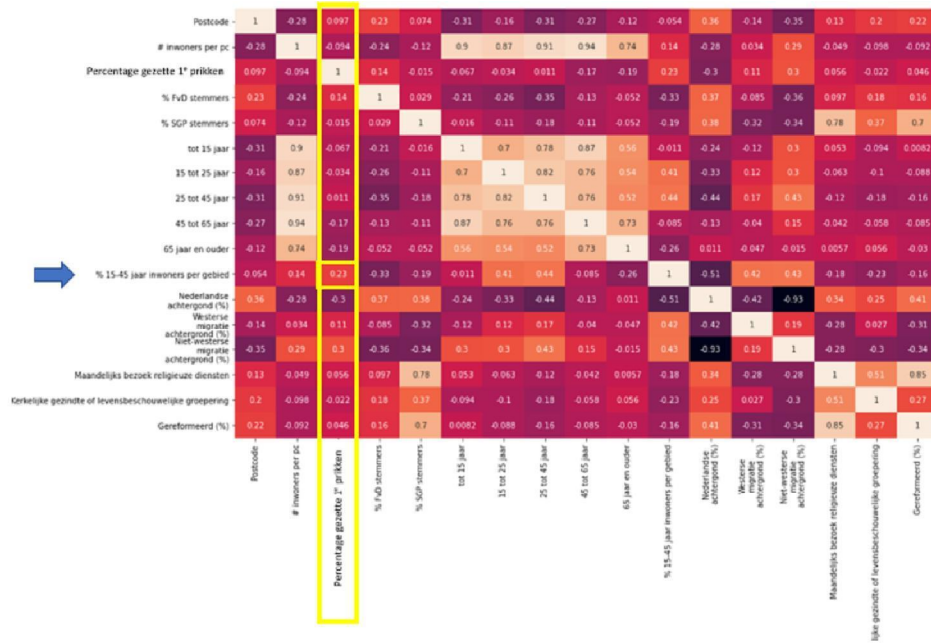
Hoe zijn de 800 wijken geselecteerd?

- **100** gebieden waar campagne bovengemiddeld heeft gewerkt
 - Naamsbekendheid is daar al groot, mogelijk sprake van een zwaan-kleef-aan effect
- **700** gebieden met groot potentiële impact:
 - Relatief grote gebieden qua inwoners aantallen
 - Met een hoog percentage 15-45 jarigen
 - Percentage 18-39 jaar dat nog niet gevaccineerd is
 - *Door deze drie met elkaar te vermenigvuldigen komen gebieden naar voren waar de potentiële groep die je wil en mogelijk ook kan bereiken met de sociale media campagne groot is.*
 - Hier zitten ook 62 gebieden in die het in vorige campagne minder goed deden, maar waar de potentie nog groot is.
- Gebieden die in de biblebelt vallen zijn buiten beschouwing gelaten.

In wat voor soort wijken werkt campagne het beste?

- Gelet op het aantal 1^e prikken dat is gezet via een afspraak of met vrije inloop in de 800 gebieden:
 - Correlatie weergave
 - Statistische toets op significantie

Correlatie weergave (verbanden)



Leeswijzer

- De tabel geeft de lineaire correlaties weer tussen variabelen. Correlatie wordt weergegeven op schaal van -1 (negatief) tot 1 (positief).
- De uitkomstmaat is 'Percentage gezette 1^e prikken' (vierde kolom geel gearceerd).
- De tabel moet van links naar rechts gelezen worden.
- Als voorbeeld: de correlatie tussen het percentage 15-45 jarigen in een gebied en percentage gezette 1^e prikken is 0.23. Er is dus sprake van een positieve correlatie tussen beiden. De waarde zijn echter laag; het verband is heel klein.
- Daarnaast is er een negatieve correlatie tussen het percentage Nederlandse achtergrond in een gebied en uitkomst van de campagne.
- De correlaties tussen de variabelen en de uitkomst van de campagne zijn echter laag ($\leq 0,30$); er lijkt nauwelijks verband te zijn tussen de variabelen en het aantal gezette 1^e prikken.

Statistische toets

OLS Regression Results						
Dep. Variable:	Percentage gezette 1 ^e prikken	R-squared:	0.239			
Model:	OLS	Adj. R-squared:	0.231			
Method:	Least Squares	F-statistic:	30.93			
Date:	Thu, 09 Dec 2021	Prob (F-statistic):	2.68e-42			
Time:	15:56:00	Log-Likelihood:	3460.1			
No. Observations:	797	AIC:	-6902.			
Df Residuals:	788	BIC:	-6860.			
Df Model:	8					
Covariance Type:	nonrobust					
		coef	std err		P> t	[0.025 0.975]
	const	0.0142	0.001	9.847	0.000	0.011 0.017
	# inwoners per pc	-1.468e-07	3.08e-08	-4.768	0.000	-2.07e-07 -8.64e-08
	% FVD stemmers	0.0008	8.97e-05	8.466	0.000	0.001 0.001
	% SOP stemmers	-2.287e-06	3.78e-05	-0.060	0.952	-7.66e-05 7.2e-05
	% 15-45 jaar inwoners per gebied	0.0079	0.002	3.867	0.000	0.004 0.012
	Nederlandse achtergrond (%)	-9.101e-05	8.43e-06	-10.791	0.000	-0.000 -7.45e-05
	Maandelijks bezoek religieuze diensten	7.961e-05	3.37e-05	2.365	0.018	1.35e-05 0.000
	Kerkelijke gezindte of levensbeschouwelijke groepering	-1.552e-05	1.19e-05	-1.307	0.191	-3.88e-05 7.78e-06
	Gereformeerd (%)	3.413e-06	5.17e-06	0.660	0.510	-6.74e-05 0.000

Leeswijzer

- In de figuur is met behulp van lineaire regressie getoetst of variabelen een statistisch significant effect hebben op de uitkomstmaat van de campagne.
- De variabelen beschrijven slechts een deel van de variatie in de uitkomst van de campagne (lage adjusted R-kwadraat).
- We zien in de geel gearceerde kolom dat vier variabelen een statistisch significant effect hebben ($P > |t| < 0.05$) namelijk:
 - % 15-45 jaar inwoners per gebied
 - % Forum voor Democratie stemmers
 - Nederlandse achtergrond (%)
 - Maandelijks bezoek van religieuze diensten
- Echter zijn de coëfficiënten van deze variabelen klein en dus vrijwel te verwaarlozen
- Blijkbaar kunnen we het aantal gezette 1^e prikken niet zo makkelijk (meer) verklaren door kenmerken van de wijk.**

Suggesties voor analyse

1. Gebruik voor het aantal ongevaccineerden per gebied het aantal mensen dat nog géén prik heeft gehad [opvragen bij GGD]
 - Nu gebruiken we het aantal gevaccineerden om het aantal ongevaccineerden uit te rekenen, maar in die laatste groep zitten ook mensen die al 1 prik hebben gehad en die moeten niet mee worden geteld voor effect campagne.

	800 PCs	Overig NL (3000 PCs)
Totaal aantal inwoners	6.800.000	10.500.000
doelgroep campagne	1.200.000 ongevaccineerden 15-45 jaar	1.160.000 ongevaccineerden 15-45 jaar
Gemaakte afspraken 1 ^e vaccinatie	105.300	125.000
Gezette 1 ^e prikken: regulier (#)	43.400	53.400
Gezette 1 ^e prikken: vrije inloop (#)	57.000	67.200
Totaal gezette 1^e prikken (% onder niet-gevaccineerde 15-45 jarigen)	100.400 (8,4%)	120.600 (10,4%)

Hier zitten ook mensen in die al 1 prik hebben gehad (en dat moet zijn: aantal mensen die nog géén prik hebben gekregen.

2. Tel bij (1) het aantal mensen dat de 1^e prik heeft gekregen tijdens de campagneperiode op om effect campagne te zien.

Suggestie voor analyse (2)

- Afzetten tegen rest van NL is geen zuivere vergelijking. Rest van NL kan er heel anders uitzien en een andere startwaarde hebben van vaccinatiegraad / aantal mensen dat nog geen 1^e prik heeft gehad.
- Groep van 800 postcodes met zichzelf in de tijd vergelijken zou een betere controle zijn:
 - Data van bijv aug,sept,okt afzetten tegen de campagnemaand november
 - Zien we een relatief grotere stijging in de maand nov?

gezette prikken	okt	nov	toename
800 pc	60.000	100.400	67%
overig NL	80.000	120.600	51%

Effect verschil =
1,33

