



motivaction
insights and strategy

Burgerforum Maatschappelijke consultatie rondom vaccinatiebereidheid

Offerte



Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

Projectnummer
B7228

Datum
15 januari 2021

Auteurs:

5.1.2e
J. I. Ze

Postadres
Postbus 15262
1001 MG Amsterdam
E 5.1.2e@motivaction.nl
T +31 (0)20 589 83 83
W www.motivaction.nl

Bezoekadres
Marnixkade 109
1015 ZL Amsterdam

Inhoudsopgave

Inleiding en opzet	1
Planning en investering	4
ARVODI-2018 en gegevens Motivaction	5
Bijlage: Onderzoekstechnische informatie	6
Bijlage Mentality model	7
Auteursrecht	8

Inleiding en opzet

Inleiding

In opdracht van het RIVM brengt Motivaction International B.V. een offerte uit voor het mede uitvoeren van een burgerforum met als onderwerp 'vaccinatiebereidheid'.

Nederlandse burgers verschillen in hun bereidheid om zich te laten vaccineren tegen het corona virus. Momenteel wil ongeveer één op de tien burgers zich niet laten vaccineren en drie op de tien twijfelen (bron: onderzoek RIVM Gedragsunit). Dit houdt niet alleen verband met uiteenlopende berichtgevingen over het belang en de eventuele risico's van vaccinatie, maar ook met persoonlijke overtuigingen, eerder vaccinatiedrag, en de sociale omgeving. Om burgers van de juiste informatie te kunnen voorzien en effectieve, gerichte voorlichtingscampagnes te ontwikkelen, is het van belang het scala aan afwegingen en argumenten voor/tegen vaccinatie goed in kaart te brengen. Het gaat hier vooral om de informatie en argumenten die burgers die nog twijfelen, of die zich niet willen laten vaccineren, van mening doen veranderen.

Deze offerte heeft betrekking op de werving van deelnemers en de moderatie van het burgerforum.

Startbespreking

Wij beginnen het onderzoekstraject met een startbespreking. Deze heeft meerdere doelen:

- ✓ Wederzijdse kennismaking
- ✓ Afstemmen:
 - De wensen en verwachtingen ten aanzien van de samenwerking
 - Thema's voor de gespreksrichtlijn
 - De planning en andere praktische zaken.

De startbespreking vindt plaats door middel van videobellen via Microsoft Teams en duurt 1 uur. De definitieve agenda wordt in overleg met RIVM en Radboud UMC bepaald.

Methode burgerforum

Het burgerforum vindt plaats op 3 dagen gedurende 2 opeenvolgende weekenden.

1^{ste} workshop (2 dagen)

- Inventarisatie van de opvattingen van de deelnemers
- De deelnemers krijgen de gelegenheid experts vragen te stellen over Covid-19 en de voor- en nadelen van vaccinatie en andere vormen van preventie.
- Deelnemers gaan met elkaar in discussie (voltallig en in subgroepen) waarbij ze elkaar bevragen over hun opvattingen, onderliggende overtuigingen en argumenten

2^e workshop (1 dag)

- Deelnemers gaan weer met elkaar in discussie en worden hun uiteindelijke opvattingen geïnventariseerd

Kennismakingsbijeenkomst

- Voorafgaand aan het 1^{ste} weekend worden de beoogde deelnemers uitgenodigd voor een online kennismakingsbijeenkomst.
- Op deze bijeenkomst worden de deelnemers aan elkaar voorgesteld en aan de onderzoekers van Radboud UMC en Motivaction. Daarnaast worden de deelnemers globaal ingelicht over de ins- en outs van het burgerforum, de verwachtingen die er zijn van ieders inbreng en krijgen ze de gelegenheid vragen te stellen aan de onderzoekers.

Doelgroep en selectiecriteria

Voor het burgerforum nodigen wij bruto n=32 burgers uit.

- Voor elk van de 8 Mentalitymilieus (zie bijlage) worden er 3 burgers uitgenodigd + 1 reserve. De reserves worden opgeroepen bij uitval van deelnemers in het 1^{ste} weekend. Met deze opzet denken we te kunnen garanderen dat elk weekend wordt gestart met n=24 deelnemers. Mocht blijken dat bovenstaande opzet niet afdoende is dan wordt er bijgeworven door Motivaction.
- Iedereen wordt versluierd uitgenodigd. Het onderwerp van het burgerforum wordt van te voren dus niet bekendgemaakt aan de deelnemers.

De burgers/reserves voldoen aan de volgende selectiecriteria:

- Streven naar een verdeling naar Mentality milieu
- Spreiding over geslacht,
- Spreiding op opleidingsniveau: MBO-, MBO+ en HBO+
 - Oververtegenwoordiging van MBO- en daarin meegenomen lage SES
- Spreiding op leeftijd: 18-39, 40-59 en 60+
 - oververtegenwoordiging van de jongste leeftijdsgroep.
- Vertegenwoordiging van Nederlanders met een niet-Westerse migratieachtergrond
- Wij streven naar spreiding over Noord-, Oost-, West en Zuid-Nederland.
- Wij streven naar een vertegenwoordiging van zowel kritische als minder-kritische burgers als het gaat om vaccinatie. Hierbinnen streven we naar 50% twijfelaars als het gaat om vaccinatiebereidheid. Om dat te bepalen krijgen potentiële deelnemers een aantal stellingen voorgelegd. Door het toevoegen van 'nepstellingen' zorgen we ervoor dat het onderwerp van het burgerforum versluierd blijft.

Uitgesloten van deelname zijn:

- personen die eerder aan een burgerforum hebben deelgenomen.
- personen met medische beroepen omdat hun kennisvoorsprong de dynamiek binnen de groep kan verstoren.

Werving en incentives

Motivaction is verantwoordelijk voor de selectie van de respondenten. Potentiële respondenten worden per telefoon benaderd. Wij doen dit ad random op basis van onze eigen panelbestand met daarin > 15.000 Nederlanders.

Deelnemers ontvangen € 100,- per dag,- voor hun deelname.

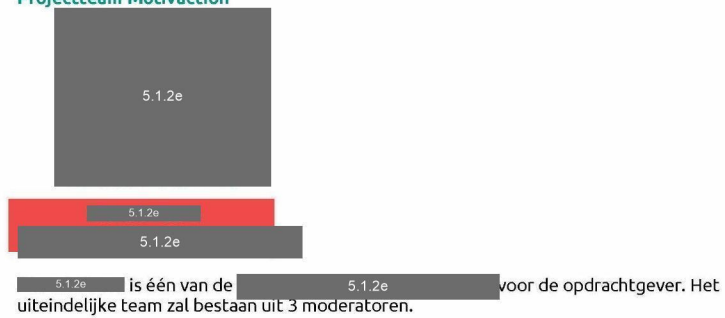
Deelnemers die deelnemen aan de interviews ontvangen € 25,- voor hun deelname.

Onderzoekslocatie

Het onderzoek vindt online plaats met behulp van het platform MS Teams.

Gespreksrichtlijn

Radboud UMC is verantwoordelijk voor de onderwerpen die tijdens het burgerforum worden voorgelegd. De bijbehorende gespreksrichtlijnen worden afgestemd met Motivaction.

Projectteam Motivaction

Planning en investering

Activiteit	Verantwoordelijke	Planning
Werving en selectie respondenten	Motivaction	28 december- 20 januari
Online Startbespreking	Motivaction/Radboud UMC/RIVM	Week 4 januari
Afstemmen onderzoeksplan	Radboud UMC en Motivaction	11 tot 22 januari
Online kennismakingsbijeenkomst respondenten	Motivaction en Radboud UMC	22 januari
Online veldwerk dag 1 en 2	Motivaction en Radboud UMC	23/24 januari 2020
Veldwerk dag 3	Motivaction en Radboud UMC	30 januari 2020

Activiteit	Investering (excl. 21% btw)
Respondenten	
Werving en selectie (24 respondenten + 8 reserves)	5.1.2b
Incentives (inclusief incentives voor diepte interviews)	
Onderzoekers Motivaction	
<ul style="list-style-type: none"> • Startbespreking • Kennismakingsbijeenkomst met respondenten • Veldwerkcoördinatie • Edit gespreksrichtlijnen • Moderatie (3x8 uur x 2 moderatoren) 	
Totaal	



ARVODI-2018 en gegevens Motivaction

Deze opdracht wordt uitgevoerd onder de ARVODI-2018 voorwaarden.

Gegevens Motivaction

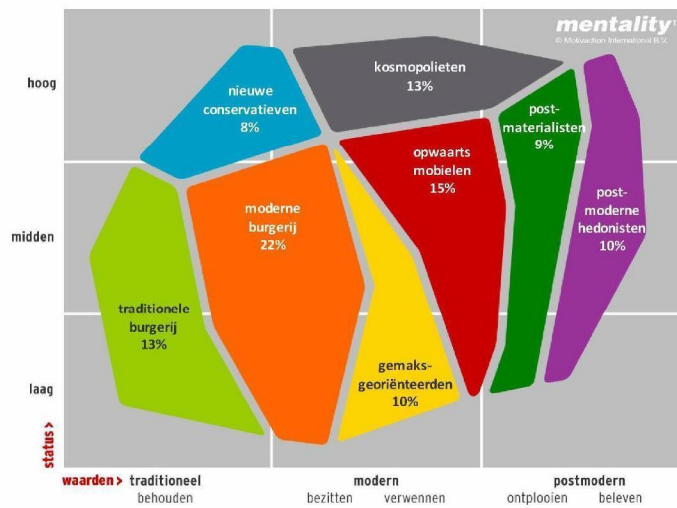
Naam	Motivaction International B.V.
Adres	Marnixkade 109 F, 1015ZL, Amsterdam
Postadres	Postbus 15262, 1001 MG, Amsterdam
KvK-nummer	17090769
Telefoonnummer	020-589 8383
Bankrekeningnummer (IBAN)	NL77RABO0344744817
BTW-nummer	NL008073090B01
D-U-N-S-nummer	489129817
Contactpersoon Motivaction	<div style="background-color: #ccc; padding: 2px;">5.1.2e</div> Tel: <div style="background-color: #ccc; padding: 2px;">5.1.2e</div> <div style="background-color: #ccc; padding: 2px;">5.1.2e</div> Email: <div style="background-color: #ccc; padding: 2px;">5.1.2e</div> @motivaction.nl

Bijlage: Onderzoekstechnische informatie

Kwalitatief onderzoek
<p>Methode respondentenselectie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Door inhouse respondentenselectiebureau M-Select, de community van Motivaction.
<p>Incentives</p> <ul style="list-style-type: none"> – De respondenten ontvangen als dank voor deelname een incentive.
<p>'Meekijkfaciliteiten' bij kwalitatief onderzoek</p> <ul style="list-style-type: none"> – De workshops kunnen door de opdrachtgever gevolgd worden via MS Teams
<p>Gedragsrichtlijn meekijkers kwalitatief onderzoek</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observant gedraagt zich respectvol en integer jegens de respondenten; • Observant zal de tijdens het onderzoek opgedane kennis over individuele respondenten en persoonlijke werkaantekeningen geheimhouden, de opgedane kennis en persoonlijke werkaantekeningen nimmer individueel met de respondent bespreken of doorgeven aan anderen en de opgedane kennis en persoonlijke werkaantekeningen niet voor andere doeleinden zoals commerciële doeleinden of ander onderzoek gebruiken; • Observant zal nooit informatie over een respondent verschaffen aan medeobservanten en/of derden waardoor deze respondent direct of indirect kan worden geïdentificeerd • Observant zal zelf geen geluid- of beeldopnames van respondenten maken, of screenshots maken bij online kwalitatief onderzoek, en deze doen of laten verspreiden
<p>Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden</p> <ul style="list-style-type: none"> – Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.
<p>Overige onderzoekstechnische informatie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Overige onderzoekstechnische informatie is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Bijlage Mentality model

Sociale milieus in Nederland



De acht sociale milieus uit het Mentality-model getypeerd

<p>Nieuwe conservatieven De liberaal conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, behoudend is ten aanzien van sociale en culturele vernieuwing. <i>Familietradities, verantwoordelijk, sober, kwaliteit, betrouwbaar, zo heurt het</i></p>	<p>Kosmopolieten De open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten. <i>Risicovrij, tuede interesse, statusgevoel, esthetisch, presteren, gejaagd, de wereld is mijn speelveld</i></p>	<p>Postmaterialisten De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu. <i>Maatschappelijk betrokken, balans richaam en geest bewust leven, verbeter de wereld, begin bij jezelf</i></p>	<p>Postmoderne hedonisten De pioniers van de belevenscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doeken op zichzelf zijn geworden. <i>Individualist, vrijheid en onafhankelijkheid, tolerantie, ervaring belangrijker dan bezit, never a dull moment</i></p>
<p>Traditionele burgerij De moralistische, plichtgetrouwe en op status quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiele bezittingen. <i>Omdat het zo hoort, fatsoen, veiligheid, rust, reinheid en regelmaat, wat de boer niet kent</i></p>	<p>Moderne burgerij De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten. <i>Gezelligheid, zekerheid, erbij horen, genieten, comfort, doe maar gewoon...</i></p>	<p>Gemaksgeoriënteerden De spontane consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven. <i>Leef bij de dag, plezier maken, consumptiegericht, geen gedoe, wie nu leeft...</i></p>	<p>Opwaarts mobilen De carriërgedreven individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning. <i>Work hard, play hard, iets bereiken, risico en spanningszoekers, if you got it, flaunt it</i></p>

Auteursrecht

De gegevens in dit voorstel zijn strikt vertrouwelijk. Het auteursrecht ligt bij Motivaction International B.V. 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](#).