

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

1056

Vragen van het lid **Van Houwelingen** (FvD) aan de Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *een onlangs verschenen pro-vaccin campagnefilmpje van de Minister van VWS* (ingezonden 15 oktober 2021).

Antwoord van Minister **De Jonge** (Volksgezondheid, Welzijn en Sport) (ontvangen 13 december 2021).

Vraag 1

Bent u bekend met de campagnevideo van het Ministerie van VWS om het belang van vaccineren bij jongeren onder de aandacht te brengen?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Kunt u laten weten hoeveel deze video en de promotie ervan heeft gekost? Hoeveel kostte de productie van het filmpje? Hoeveel kregen de acteurs betaald? Hoeveel geld is er ingezet om het filmpje (bijvoorbeeld via Facebook en YouTube) te promoten?

Antwoord 2

De productiekosten van drie filmpjes – dat zijn de filmpjes: Sta niet stil strijder, RAAK! en Actie!, met de GGD-arts in de hoofdrol, bedroegen in totaal 159.228 euro inclusief BTW. De mediakosten bedragen voornamelijk 205.004 euro inclusief BTW (Bioscoop, Facebook/Instagram en YouTube). De GGD-arts heeft voor zijn bijdrage niet betaald gekregen. De acteurs in de drie video's hebben in totaal € 6.640,- (exclusief BTW) betaald gekregen. Dit is onderdeel van de genoemde productiekosten.

Vraag 3

Heeft u wellicht een verklaring voor het feit dat op het moment van schrijven de video maar liefst zes keer (!) meer dislikes dan likes heeft? Hebben Russische trollen het misschien op uw filmpje gemunt? Zit de Russische president Poetin hier achter? Zou dat het zijn? Heeft u hiervoor dan ook bewijzen of is het slechts een «complottheorie»?

¹ Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 6 oktober 2021, «Sta niet stil strijder» («Sta niet stil strijder»)

Antwoord 3

We hebben hiervoor geen nader onderzochte verklaring. Het betreft een relatief beperkt aantal dislikes: op het moment van schrijven zijn dit er 6.926, terwijl het filmpje op dit moment al ruim 368.000 keer bekeken is.

Vraag 4

Zou het enorme aantal dislikes misschien iets te maken kunnen hebben met het hallucinant kinderlijk-stupide karakter van dit filmpje? Denkt u wellicht dat u met kleuters te maken heeft? Of neemt u misschien zélf dit filmpje wél serieus?

Antwoord 4

De filmpjes zijn gericht op jongeren (17–25 jarigen). Het doel is informatieve inhoud voor hen aantrekkelijk in beeld te brengen. In de filmpjes wordt inhoudelijk antwoord gegeven op vragen die leven onder jongeren. Overigens zie ik dat de filmpjes in de informatiebehoefte voorzien. De drie filmpjes samen zijn bijna een miljoen keer bekeken.

Vraag 5

Waarom wordt nergens vermeld dat de risico's van de «vaccins» op lange termijn voor jongeren nog volkomen onbekend zijn? Waarom worden de bekende bijwerkingen niet genoemd? Hebben jongeren niet het recht om hierover geïnformeerd te worden?

Antwoord 5

Er is gekozen om verschillende filmpjes te maken. Het filmpje ACTIE! met dezelfde GGD-arts gaat over bijwerkingen. In dit filmpje worden de bijwerkingen ook genoemd, wordt nog meer uitleg gegeven over zeldzame bijwerkingen en wordt ook iets gezegd over langetermijneffecten. Omdat het steeds om relatief korte filmpjes gaat, en er veel valt te zeggen over veel onderwerpen, waaronder bijwerkingen, wordt voor meer informatie verwezen naar een webpagina speciaal voor jongeren (www.coronavaccinatie.nl/jongeren). Hier is ook informatie te vinden over bijwerkingen.

Vraag 6

Waarom wordt nergens aangegeven dat de beschermingsduur van vaccins zeer beperkt is, terwijl natuurlijke immuniteit daarentegen jongeren misschien wel levenslang immuun maakt?

Antwoord 6

De vaccins doen hun werk en bieden goede bescherming. De precieze beschermingsduur van de coronavaccins is vooralsnog niet bekend en wordt gemonitord door het RIVM. Om het risico op COVID-19 en mogelijk Long COVID zo veel mogelijk te beperken, adviseer ik iedereen van 12 jaar en ouder zich te laten vaccineren. Een vaccin biedt goede bescherming en zo lopen ook jongeren de minste kans om ernstig ziek te worden of lang last te houden van ernstige klachten.

Vraag 7

Kortom, waarom verspreidt u eenzijdige desinformatie van belastinggeld?

Antwoord 7

Ik schets een zo goed mogelijk beeld van de effecten van corona en de redenen om je te laten vaccineren. In de filmpjes worden alleen zaken benoemd die wetenschappelijk zijn onderbouwd.

Vraag 8

Bent u het eens dat, ook in het kader van de effectiviteit van dit soort overheidscampagnes, feedback zeer wenselijk is? Sterker nog, is dergelijke feedback niet noodzakelijk om de effectiviteit van de besteding van overheids-geld (door de Algemene Rekenkamer bijvoorbeeld) te kunnen vaststellen?

Antwoord 8

Wij testen vooraf onze campagnemiddelen. Twee filmpjes zijn ge-pretest onder zowel gevaccineerde als ongevaccineerde respondenten. De uitkomsten waren goed:

Filmpje «Sta niet stil strijder»:

- De waardering voor dit filmpje is een 7,0 onder gevaccineerde jongeren en een 6,2 onder niet-gevaccineerde jongeren. Dit is op of boven de benchmark voor overheidscampagnes. Gezien de gevoeligheid van het onderwerp zijn deze waarderingcijfers goed. Zeker in ogenschouw nemend dat er in de onderzoeksgroep ook jongeren zaten die aangaven zich zeker niet te willen vaccineren.
- 31% van de ongevaccineerden zegt dat dit filmpje hen motiveert om hun eerste prik te gaan halen. Meer dan de helft van de ongevaccineerde jongeren zegt dat de video hen aanzet om in gesprek te gaan over vaccinatie.

Filmpje «Actie»;

- De waardering van «ACTIE!» was een 7,3 onder gevaccineerde jongeren, en een 6,8 onder ongevaccineerde jongeren. En 44% van de ongevaccineerde jongeren gaf aan dat de video aanzet tot het halen van een eerste vaccinatie.

Vraag 9

Waarom heeft u het (dan) bewust onmogelijk gemaakt voor gebruikers om bij deze video op YouTube reacties achter te laten? Bent u soms bang voor kritiek? Stelt u wellicht kritiek gelijk aan «desinformatie»? Wil u de verspreiding van «desinformatie» voorkomen door bij voorbaat het onmogelijk te maken een kritische reactie achter te laten? Is dat het?

Antwoord 9

Ons YouTube-kanaal wordt door ons vooral gebruikt als landingspagina. Dit betekent dat gebruikers hier vanuit andere sociale platforms terecht komen. Gebruikers hebben bij onze berichten met deze filmpjes op de sociale platforms de mogelijkheid om te reageren. We hebben verschillende berichten gemaakt op Facebook, Instagram en Twitter. Het staat iedereen vrij om onder die posts een reactie achter te laten. Daar wordt dan ook veelvuldig gebruik van gemaakt.

Vraag 10

Bent u bereid het voor kijkers alsnog mogelijk te maken op YouTube een reactie bij uw pro-vaccinatie campagnefilmpje te plaatsen? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 10

Zoals bij vraag 9 aangegeven is YouTube voor ons vooral een landingspagina voor andere sociale platforms (Facebook, Instagram, Twitter). Via deze sociale platforms bestaat de mogelijkheid om te reageren. Voor nu acht ik het daarom niet noodzakelijk van deze lijn af te wijken. Mochten wij er in de toekomst voor kiezen om bepaalde content bewust alleen op YouTube te delen of YouTube als primair communicatiekanaal (en niet alleen als landingspagina) in te zetten, dan zal ik dit opnieuw bekijken.