

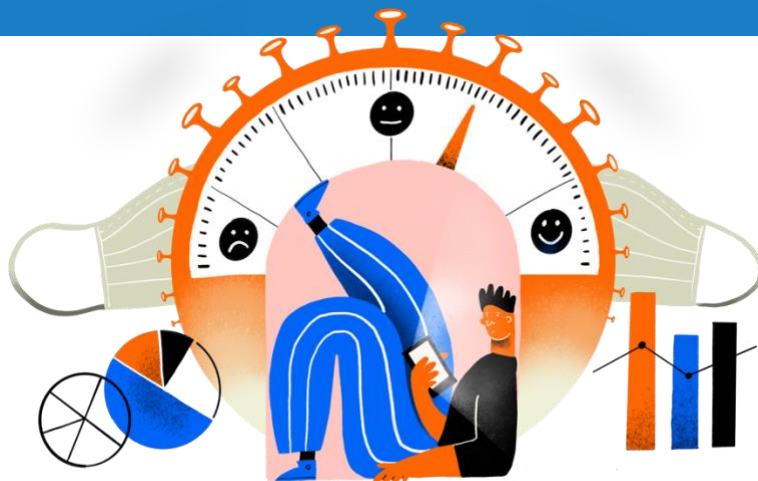
RAPPORT 20

Wat zijn de psychologische voorwaarden tot vaccinatie?

The Motivation barometer

Auteurs (in alfabetische volgorde): Olivier Klein, Olivier Luminet, Sofie Morbée, Mathias Schmitz, Omer Van den Bergh, Pascaline Van Oost, Maarten Vansteenkiste, Joachim Waterschoot, Vincent Yzerbyt

Referentie: Motivationbarometer (15 januari, 2021). Wat zijn de psychologische voorwaarden tot vaccinatie? Gent & Louvain-la-Neuve, België.



Vorige week schakelde de regering een versnelling hoger om de vaccinatiecampagne uit te rollen. De bevolking kreeg een overzicht van het parcours naar het 'rijk van de vrijheid'. Er is licht aan het einde van de tunnel, al is de weg nog lang en zijn er nog veel hordes te nemen. In dit rapport bespreken we de voorwaarden voor een motiverende vaccinatiecampagne. We rapporteren de resultaten van een grootschalige vignettenstudie (N = 15 719; 50% vrouwen; 40% Franstaligen), die tot doel had om de optimale motiverende voorwaarden tot vaccinatiebereidheid te onderzoeken. Bijkomend werd nagegaan of er maatwerk nodig is, waarbij de voorwaarden best kunnen afgestemd worden op het persoonlijk motivationeel profiel van deelnemers, hun leeftijd en geslacht. Het positieve nieuws is dat de vaccinatiebereidheid algemeen is gestegen sinds half december. Zowel persoonskenmerken (i.c., motivatie, leeftijd) als gemanipuleerde omgevingskenmerken voorspellen de vaccinatiebereidheid. De stimulerende rol van deze omgevingskenmerken blijkt zowel voor hoog als laag gemotiveerde personen, al zijn de effecten sterker voor zij die vandaag reeds gemotiveerd zijn. We formuleren concrete aanbevelingen voor het organiseren van een motiverende vaccinatiecampagne.

Take home boodschap

- **Barometer: er zijn positieve verschuivingen sinds december**
 - In vergelijking met de metingen half december is een groter percentage van de bevolking (i.c., 56% vs. 77%) bereid om zich te laten vaccineren begin januari. Ook het percentage dat andere personen wil stimuleren hetzelfde te doen is licht toegenomen (i.c., 57% vs. 62%).
 - Parallel met de toename in vaccinatiebereidheid nam de vrijwillige motivatie om zich te laten vaccineren toe, terwijl het wantrouwen, de gedwongen motivatie, weerstand en ervaren moeite tot vaccinatie afnam.
- **Voorwaarden: verschillende omgevingskenmerken versterken vaccinatiebereidheid**
 - Uit de vergelijking van verschillende experimenteel gevarieerde voorwaarden tot vaccinatie blijkt de vaccinatiebereidheid het hoogst indien men de overtuiging heeft dat:
 - i. het vaccin erg doeltreffend is;
 - ii. de nevenwerkingen beperkt zijn;
 - iii. men nadien niet meer besmettelijk is;
 - iv. vaccineren de norm is;
 - v. en prosociale motivatie veeleer dan eigenbelang wordt aangesproken.

Welke communicatiebron mensen aanmoedigt tot vaccinatie (i.e., huisarts vs. expert), waar de vaccinatie plaats vindt (i.c., thuis/bij huisarts vs. ziekenhuis) en het aantal dosissen (1 vs. 2) speelt geen rol voor de vaccinatiebereidheid. Dezelfde factoren voorspellen de mate waarin men anderen zou stimuleren om zich te laten vaccineren zodat een sneeuwbaaleffect ontstaat.

- **Maatwerk: hoe laag gemotiveerden meekrijgen?**
 - Een belangrijke vraag is hoe laag gemotiveerde personen kunnen gestimuleerd worden tot vaccinatie. Hoewel de verschillende omgevingsvoorwaarden een gunstiger effect hebben op de vaccinatiebereidheid van sterk gemotiveerde personen, vertonen ook laag gemotiveerde personen een sterkere vaccinatie intentie bij gunstige voorwaarden (i.c., hoge effectiviteit, beperkte neveneffecten, geen post-vaccinatie besmettelijkheid, normatief en prosociaal karakter van vaccinatie). Communicatie die deze factoren in de verf zet kan dus voor iedereen een verschil maken, en ook de mensen met minder motivatie beïnvloeden zich alsnog te laten vaccineren.
 - Vrouwen en jongvolwassenen zien relatief meer af van vaccinatie als er ongekende, lange termijn nevenwerkingen zouden zijn en als men het virus nog kan doorgeven na vaccinatie. Ze lijken meer gebrand op een zorgeloze tijd na vaccinatie.
- **Volharding tot het einde: vrijwillige motivatie speelt een sleutelrol**
 - Wie vrijwillig gemotiveerd is om zich te laten vaccineren, is meer bereid om de maatregelen na vaccinatie te blijven volgen. Wie drukt voelt tot vaccinatie, is hier minder toe bereid.

Beleidsimplicaties¹

1. Versterk de vaccinatiebereidheid via een motiverende campagne
 - a. Algemene boodschap: Kader vaccinatie als een daad van solidariteit die zowel jezelf als anderen ten goede komt².
 - b. Koppel geen externe voordelen aan vaccinatie (vb. belastingvoordeel, vaccinatie paspoort) waardoor het een instrument wordt voor iets anders.
 - c. Personaliseer de boodschap: Moedig mensen aan om een concreet persoon voor ogen te houden voor wie ze zich laten vaccineren.
 - d. Kies voor een verbindende slogan

¹ WHO rapport: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/337335>

² Betsch C, Böhm R, Korn L. Inviting free-riders or appealing to prosocial behavior? Game-theoretical reflections on communicating herd immunity in vaccine advocacy. Health Psychol. 2013;32(9):978-85. doi:10.1037/a0031590.

2. Betrek de bevolking bij de vaccinatiestrategie zodat het een gedeeld sociaal project wordt:
 - a. Schakel vrijwilligers, die graag anderen helpen, in tijdens de vaccinatiecampagne (bijv. taken opnemen in vaccinatiecentra)
 - b. Verzamel en deel getuigenissen van de bevolking over hun prosociale redenen tot vaccinatie.
 - c. Lanceer een vaccinatiebarometer die de actuele vaccinatiegraad weergeeft en neem de vaccinatiebereidheid en -motivatie op als 'voorlopers' van de eigenlijke vaccinaties. Zo wordt duidelijk dat zich laten vaccineren de sociale norm is³.
 - d. Creëer de mogelijkheid om je vaccinatiebereidheid en vaccinatie publiek kenbaar te maken⁴.

3. Communiceer transparant over de ontwikkeling, doeltreffendheid en neveneffecten van de vaccins om het vertrouwen te stimuleren.
 - a. Voorzie hiertoe grootschalige, on-line webinars voor het grote publiek, verzorgd door huisartsen en wetenschappers om kritische vragen van de bevolking te beantwoorden.
 - b. Laat experts via videoboodschappen op een heldere wijze de wetenschappelijke ontwikkeling van het vaccin te laten toelichten.
 - c. Licht in een persoonlijke uitnodigingsbrief tot vaccinatie de doeltreffendheid toe.

4. Ontwikkel een platform om de bevolking persoonlijk uit te nodigen (zie hieronder)
 - a. Presenteer hierbij vaccinatie als de default-optie⁵, maar bied een opt-out mogelijkheid aan
 - b. Doe een concreet voorstel voor een vaccinatiedatum en -plaats
 - c. Zend reminders voor een vastgelegde afspraak (via SMS, e-mail)
 - d. Integreer verschillende aanbevelingen in dit platform (vb. expertvideo's; norm; barometer)

5. Voorzie training voor de media
 - a. Streep het belang aan van het in de kijker plaatsen van de norm
 - b. Geef aandacht aan persoonlijke, prosociale motieven van de bevolking
 - c. Vermijd media-aandacht voor post-vaccinatie klachten die foutief worden toegeschreven aan de vaccinatie

³ Cialdini RB, Demaine LJ, Sagarin BJ, Barrett DW, Rhoads K, Winter PL. Managing social norms for persuasive impact. *Social Influence*. 2006;1:3-15. doi:10.1080/15534510500181459

⁴ Bruine de Bruin, W., Parker, A. M., Galesic, M., & Vardavas, R. (2019). Reports of social circles' and own vaccination behavior: A national longitudinal survey. *Health Psychology*, 38(11), 975-983. <https://doi.org/10.1037/hea0000771>

⁵ Giubilini A, Caviola L, Maslen H, Douglas T, Nussberger A, Faber N, et al. Nudging immunity: the case for vaccinating children in school and day care by default. *HEC Forum*. 2019;31:325-44. doi:10.1007/s10730-019-09383-7

6. Schakel apothekers, huisartsen en wetenschappers in als sleutelfiguren:
 - a. Benadruk dat onze gezondheidszorg als geheel erg betrouwbaar is.
 - b. Vraag deze sleutelfiguren om zichzelf te laten vaccineren als voorbeeld voor alle anderen.
 - c. Voorzie trainingen in motiverende gespreksvoering voor deze sleutelfiguren zodat ze over de nodige vaardigheden beschikken om op een motiverende wijze te communiceren met twijfelende burgers.

RESULTATEN

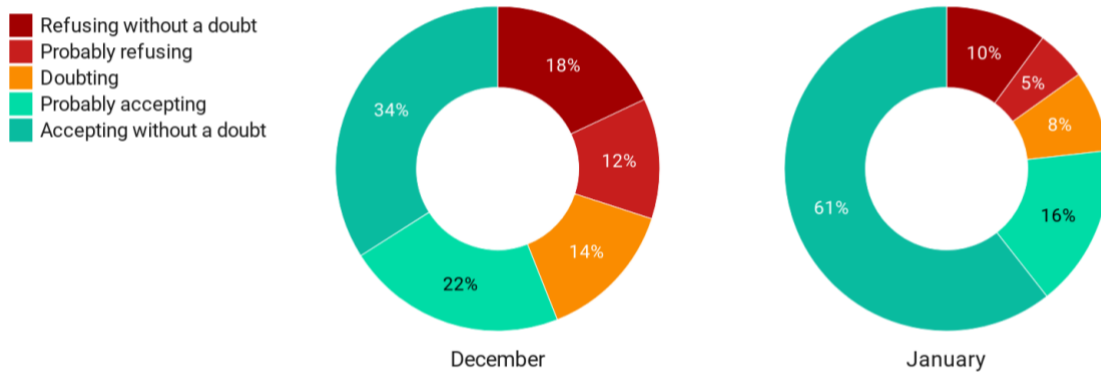
Vraag 1: Hoe is onze vaccinatiebereidheid en -motivatie geëvolueerd?

Half december en begin januari werd de vaccinatiebereidheid en de onderliggende motivatie van de bevolking om zich te laten vaccineren in kaart gebracht.

Motivationale aspecten:

- **Vrijwillige of autonome motivatie:** drukt de mate uit waarin men ten volle overtuigd is van de meerwaarde en noodzaak van vaccinatie, bijvoorbeeld omdat het bescherming biedt voor zichzelf, naasten, of de populatie.
- **'Moet'-ivatie of gecontroleerde motivatie:** drukt de mate uit waarin men zich verplicht voelt om zich te laten vaccineren, bijvoorbeeld omdat anderen dit verwachten of om kritiek te vermijden.
- **Moeite** drukt de mate uit waarin zich laten vaccineren een grote inspanning vergt.
- **Wantrouwen** drukt de mate uit waarin men de doeltreffendheid van het vaccin of de persoon die vaccinatie aanbeveelt, wantrouwt.
- **Verzet** drukt de mate van verzet uit tegen de overheid die men als bemoeizuchtig ervaart en de door haar genomen maatregelen buitensporig vindt.

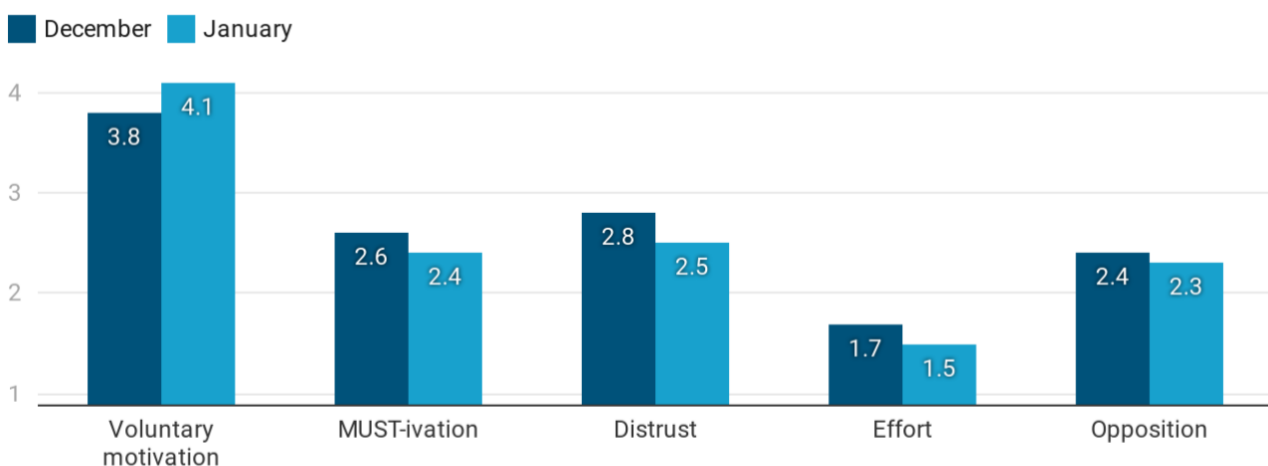
Figuur 1. Intenties tot vaccinatie in december en januari.



De bereidheid van deelnemers om zich te laten vaccineren is toegenomen (zie figuur 1)⁶. Terwijl in december 56% zegt direct of vrijwel direct over te gaan tot vaccinatie als ze daartoe de kans zouden krijgen, bedraagt dit percentage nu 77%. Ook het percentage dat andere personen wil stimuleren hetzelfde te doen is licht toegenomen (i.c., 57% vs. 62%). Parallel met deze toegenomen intentie om zich te laten vaccineren, zijn ook verschillende motivationele indicatoren in positieve zin te zijn geëvolueerd. Figuur 2 geeft aan dat de vrijwillige vaccinatiemotivatie toenam, terwijl de gedwongen motivatie, het wantrouwen, de ervaren moeite en de weerstand afnam.

Conclusie 1: De trends voor vaccinatiebereidheid en -motivatie zijn hoopvol en geven aan dat het bereiken van de 70% vaccinatiegraad binnen de mogelijkheden ligt.

Figuur 2. Motivatie om gevaccineerd te worden.



⁶ Omdat de steekproef qua sociodemografische samenstelling niet representatief is voor de bevolking werd hiervoor gecorrigeerd bij het berekenen van deze percentages.

Vraag 2: Welke zijn de optimale, motiverende voorwaarden om zich te laten vaccineren?

Om deze vraag te beantwoorden, werden aan deelnemers verschillende hypothetische vaccinatiescenario's voorgelegd waarin verschillende motiverende voorwaarden werden gemanipuleerd (zie Tabel 2). Deelnemers werden gevraagd zich in te beelden in de situatie die beschreven werd in het scenario en de vragen te beantwoorden alsof ze zich in het beschreven geval bevonden. Zo werden verschillende kenmerken van de situatie gevarieerd:

1. de moeite of kosten/baten verhouding (locatie, aantal dosissen, besmettelijkheidsgraad na vaccinatie),
2. het vertrouwen (beschermingsgraad, verwachte nevenwerkingen, communicatiebron) en
3. het normatief karakter van vaccinatie en het type motivatie.

Tabel 2. *Overzicht gemanipuleerde motiverende kenmerken*

Motivationale dimensies	Kenmerk	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Moeite	Locatie	<i>Thuis of bij huisarts</i>	<i>Lokaal ziekenhuis</i>	
	Aantal dosissen	<i>1 dosis</i>	<i>2 dosissen</i>	<i>/</i>
	Besmettelijkheidsgraad	<i>Wel nog besmettelijk nadien</i>	<i>Niet meer besmettelijk nadien</i>	
Wantrouwen	Bescherming tegen COVID-19	<i>95%</i>	<i>70%</i>	
	Nevenwerkingen	<i>Geen of misschien enkele ongemakken voor enkele uren of dagen</i>	<i>Zeer kleine kans op intense reactie in de komende dag</i>	<i>Momenteel onzeker of er gezondheidsproblemen in de toekomst optreden.</i>
	Communicatiebron	<i>Huisarts</i>	<i>Expert</i>	
Motivatie	Oriëntatie	<i>Eigenbelang</i>	<i>Naasten (familie, vrienden) & bevolking</i>	
	Normatief karakter	<i>Geen</i>	<i>Norm van 75% bereidwillige personen</i>	<i>/</i>

Door combinaties van deze variabelen werden in totaal 384 hypothetische vaccinatiescenario's voorgelegd (zie Tabel 3 voor 2 voorbeelden). Elke deelnemer kreeg op een gerandomiseerde wijze zes verschillende scenario's aangeboden. Voor elk ervan werd gevraagd of de deelnemer zich onder die omstandigheden zou willen laten vaccineren en of hij/zij anderen zou stimuleren om hetzelfde te doen.

Tabel 3: *Instructies en twee voorbeelden van hypothetische scenario's*

De overheid plant een vaccinatiecampagne in de komende weken. In deze studie onderzoeken we hoe zo'n campagne er best kan uitzien. Hierna krijg je zes hypothetische scenario's te zien. Deze scenario's zijn hypothetisch omdat verschillende factoren vandaag nog onzeker zijn.

We zullen je vragen om elk scenario te lezen en je in te beelden dat dit een vaccinatiecampagne is die gelanceerd zal worden door de overheid. Na elk scenario zullen we je vragen om twee vragen te beantwoorden.

Beantwoord deze vragen voor elk scenario afzonderlijk, zonder daarbij rekening te houden met wat je in voorgaande scenario's hebt gelezen.

Beeld je deze situatie in:

Je wordt uitgenodigd om je te laten vaccineren bij *jou thuis of bij jouw huisarts*. Volgens *jouw huisarts* beschermt het vaccin je voor **95%** tegen Covid-19. Na vaccinatie *heerst er momenteel onzekerheid of er in de toekomst gezondheidsproblemen zullen optreden*. Het vaccin bestaat uit **1 dosis**. Na vaccinatie kan je het virus **wel nog steeds overdragen op andere personen**. Door je te laten vaccineren, help je **jezelf** te beschermen.

Je wordt uitgenodigd om je te laten vaccineren *in jouw lokaal ziekenhuis*. Volgens *de experts* beschermt het vaccin je voor **70%** tegen Covid-19. Na vaccinatie *kan je geen of misschien enkele ongemakken voor enkele uren of dagen ervaren*. Het vaccin bestaat uit **2 dosissen**. Na vaccinatie kan je het virus **niet meer overdragen op andere personen**. Door je te laten vaccineren, help je **je naasten (familie en vrienden), alsook de bevolking** te beschermen.

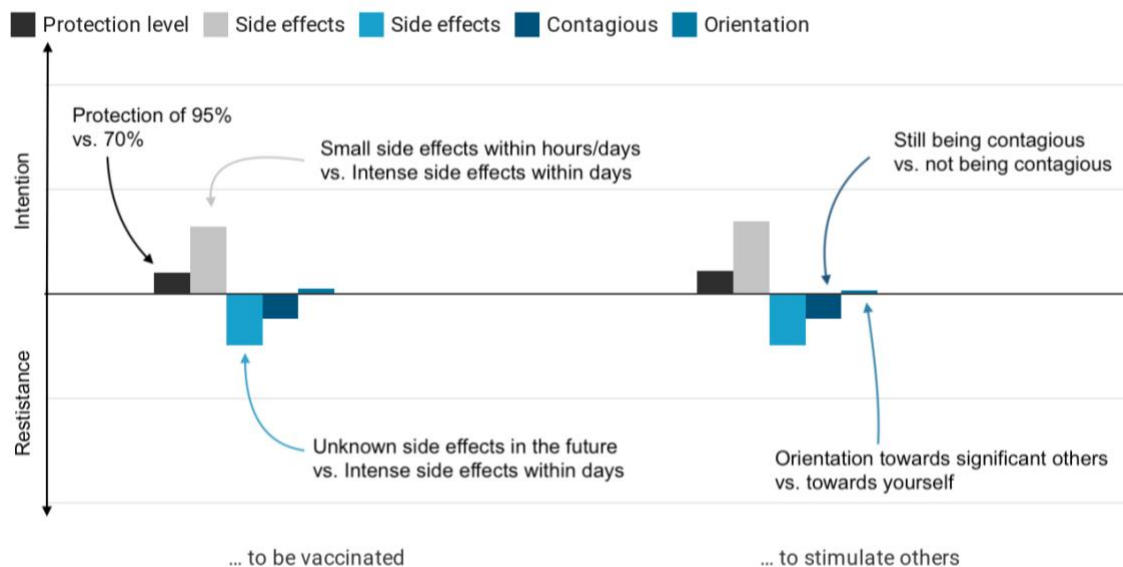
Figuur 3 geeft aan welke omgevingskenmerken de vaccinatiebereidheid en de bereidheid om anderen te stimuleren tot vaccinatie voorspellen:

- **Matig effect:** De vaccinatiebereidheid is gemiddeld het hoogst indien het vaccin erg doeltreffend is (95% vs. 70%) en (ernstige) nevenwerkingen zich slechts op korte termijn voordoen (i.c., binnen de komende dagen/uren)
- **Klein effect:** De vaccinatiebereidheid ligt gemiddeld hoger indien er wordt beklemtoond dat vaccineren de norm is, er geen besmettelijkheidsgraad meer na

vaccinatie is en er een pro-sociale motivatie veeleer dan eigenbelang experimenteel wordt aangewakkerd.

- **Geen effect:** Wie er precies de bevolking aanmoedigt tot vaccinatie (i.e., huisarts vs. expert), waar het vaccin wordt toegediend en het aantal dosissen (1 vs. 2) dat we dienen in te nemen voorspelt de vaccinatiebereidheid niet.

Figuur 3. Vaccinatie attitudes per gemanipuleerde scenario's



Note. Location, communication source and number of doses are not represented in the figure

Conclusie 2: Wanneer het vaccin gepercipieerd wordt als doeltreffend, met beperkte neveneffecten en een kleine kans dat je nadien het virus nog kan doorgeven, is de vaccinatiebereidheid het sterkst. Dit wordt verder versterkt wanneer zich laten vaccineren gepercipieerd wordt als de sociale norm. Communicatie kan hierop focussen.

Vraag 3: Is er maatwerk nodig? Het samenspel tussen persoons- en omgevingskenmerken.

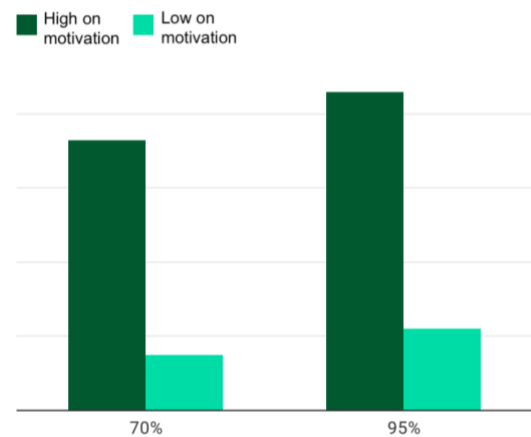
Niet alle personen zijn bereid tot vaccinatie. Motivationale en sociodemografische kenmerken (leeftijd, geslacht, opleidingsniveau) spelen een rol voor de vaccinatiebereidheid, maar is er motivationeel maatwerk nodig? Kan je jongeren best op een andere manier aanspreken dan senioren? Moet je mensen die erg wantrouwig zijn of

weinig moeite kunnen opbrengen anders motiveren? Hebben de verschillende gemanipuleerde omgevingskenmerken dus dezelfde effecten bij verschillende personen?

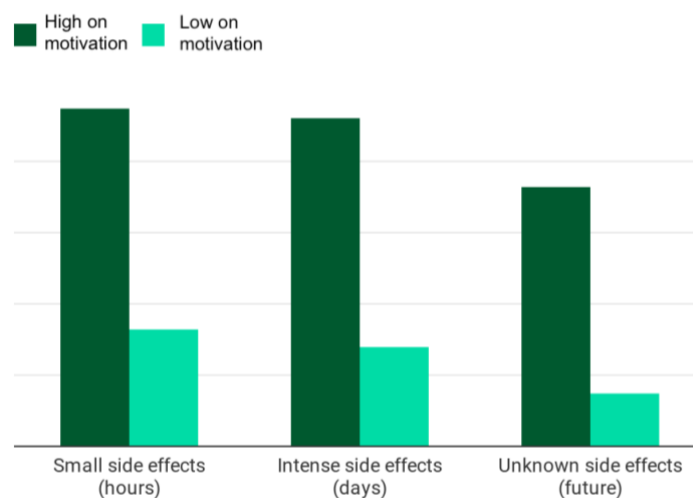
Het hoopvolle nieuws is dat deze omgevingskenmerken bij verschillende personen de vaccinatiebereidheid stimuleren, al zijn de effecten meer uitgesproken voor sterk gemotiveerde personen. Maar, zoals blijkt uit figuur 4 en 5, vertonen ook laag gemotiveerde personen een grotere vaccinatiebereidheid als het vaccin meer effectief is en beperktere nevenwerkingen heeft. Dit is hoopvol nieuws. Het suggereert immers dat laag gemotiveerden tot actie te stimuleren zijn, mits de juiste condities worden gecreëerd. Tegelijkertijd zal het belangrijk zijn om met laag gemotiveerde personen in dialoog te gaan om hun wantrouwen en kritische vragen gericht te beantwoorden.

Verder blijkt dat jongvolwassenen en vrouwen relatief meer gevoelig zijn voor de besmettelijkheid van het virus na vaccinatie en voor langdurige intense nevenwerkingen dan, respectievelijk, andere leeftijdsgroepen en mannen. Onder die omstandigheden zijn ze minder geneigd om zich te laten vaccineren. Het lijkt erop dat jongvolwassenen en vrouwen na vaccinatie in sterkere mate gebrand zijn op een meer zorgeloze toekomst.

Figuur 4. Intentie om gevaccineerd te worden per motivatie en effectiviteit.



Figuur 5. Intentie om gevaccineerd te worden per motivatie en bijwerkingen.



Conclusie 3: Het hoopvolle nieuws is dat niet enkel sterk gemotiveerde, maar ook laag gemotiveerde personen een grotere vaccinatiebereidheid vertonen als de juiste omgevingsvoorwaarden worden gecreëerd.

Vraag 4: Wie volhardt in het volgen van de maatregelen na vaccinatie?

Omdat vandaag onduidelijk is of we besmettelijk blijven na vaccinatie is het cruciaal om de maatregelen te blijven volgen. De mate waarin de bevolking van plan is dit te doen hangt samen met de motivatie om zich te laten vaccineren. Vrijwillige motivatie voorspelt de intentie tot het volgen van de maatregelen positief, terwijl gedwongen motivatie deze negatief voorspelt. Het is dus cruciaal om de solidariteitsgedachte en de empathie met de ander in de verf te blijven plaatsen. Dit voedt een vrijwillige vorm van motivatie, zowel voor het zich laten vaccineren als het volgen van de maatregelen vandaag en na vaccinatie.

CONTACT INFORMATION

- **Hoofdonderzoeker:**
Prof. Dr. Maarten Vansteenkiste (Maarten.Vansteenkiste@ugent.be)
- **Medeonderzoekers:**
Prof. Dr. Omer Van den Bergh (Omer.Vandenbergh@kuleuven.be)
Prof. Dr. Olivier Klein (Olivier.Klein@ulb.be)
Prof. Dr. Olivier Luminet (Olivier.Luminet@uclouvain.be)
Prof. Dr. Vincent Yzerbyt (Vincent.Yzerbyt@uclouvain.be)
- **Behoud en verspreiding vragenlijst:**
Drs. Sofie Morbee (Sofie.Morbee@ugent.be)
Drs. Pascaline Van Oost (Pascaline.Vanoost@uclouvain.be)
- **Data en analyses:**
Drs. Joachim Waterschoot (Joachim.Waterschoot@ugent.be)
Dr. Mathias Schmitz (Mathias.Schmitz@uclouvain.be)

www.motivationbarometer.com

