



Communicatieplan donorregistratie en orgaan- en weefseldonatie vanaf zomer 2021

**Secretaris Generaal / plv.
Secretaris Generaal**
Directie Communicatie
Strategie en onderzoek

Bezoekadres:
Parnassusplein 5
2511 VX Den Haag
T 070 340 79 11
F 070 340 78 34
Postbus 20350
2500 EJ Den Haag
www.rijksoverheid.nl

Inlichtingen bij

De implementatie van de nieuwe Donorwet zit erop. Dat betekent dat ook de bijbehorende campagne ophoudt en het communicatieplan van december 2018 niet meer leidend is. Maar ook hierna is communicatie over orgaandonatie nodig. Het blijft van belang – en ook wettelijk voorgeschreven – dat de overheid c.q. de minister het algemeen publiek informeert over donorregistratie en orgaandonatie¹. De vraag is dan hoe deze *structurele* communicatie er (voorlopig) uit zal zien. Dit stuk is bedoeld om hier inzicht in te geven.

Datum
25 juni 2021

Aantal pagina's
8

Wettelijke uitgangspunten voor de communicatie

Artikel 33 van de gewijzigde Wet op de orgaandonatie (Wod) draagt de minister op te zorgen voor informatievoorziening over het ter beschikking stellen van organen. In het Besluit orgaandonatie (artikel 8) is vervolgens bepaald dat de minister erin voorziet dat, zowel in papieren vorm als digitaal, kosteloos informatie beschikbaar is. Tot slot bepaalt het Besluit dat daarbij (tenminste) moet worden voldoen aan:

- a) verstrekking van informatie op verschillende niveaus van de Nederlandse taal;
- b) verstrekking van informatie op een wijze waardoor deze toegankelijk is voor personen met een beperking;
- c) verstrekking van informatie in andere talen, waaronder in ieder geval de Engelse taal;
- d) bevordering van informatieverstrekking op scholen aan de hand van op de doelgroep afgestemde informatie.

In de aanloop naar en tijdens de inwerkingtreding van de wet (in de afgelopen drie jaar) is de communicatie reeds op deze wijze vormgegeven. De nieuwe wettelijke bepalingen houden simpelweg in dat het reeds ingezette beleid zal moeten worden voortgezet. Ook na de implementatie zal de communicatie dus worden afgestemd op de behoefte van zowel het algemene publiek als op moeilijker te bereiken doelgroepen, waaronder tenminste de groepen die genoemd worden in bovenstaande wettelijke bepalingen. Zij het dat de schaal waarop een en ander wordt uitgevoerd uiteraard kleiner zal zijn dan tijdens de implementatie.

¹ Overal waar in dit plan orgaandonatie staat dient ook weefseldonatie gelezen te worden.

Stand van zaken juli 2021

Nederland is de afgelopen jaren (vanaf maart 2019) geïnformeerd over de komst en de gevolgen van de nieuwe donorwet via een uitgebreide campagne. De campagne kende verschillende fases waarin deelaspecten van de donorwet en -registratie zijn gecommuniceerd. De campagne was erop gericht Nederlandse burgers te informeren, motiveren en activeren. Dat deed de campagne ten eerste via massamediale flights, en daarnaast via voorlichting op maat, dat wil zeggen communicatie waarvan de inhoud, middelen en kanalen is afgestemd op de informatiebehoefte van doorgaans door de overheid moeilijker te bereiken doelgroepen.

**Secretaris Generaal / plv.
Secretaris Generaal**
Directie Communicatie
Strategie en onderzoek

Datum
25 juni 2021

Behalve via de campagne werden burgers die hun keuze nog niet hadden ingevuld in het Donorregister vanaf 1 september 2020 geïnformeerd door meerdere op naam gestelde brieven. In de nieuwe Donorwet is vastgelegd dat iedereen boven de 18 jaar die nog geen keuze heeft gemaakt tweemaal een brief met een donorformulier krijgt om hen te informeren over dan wel te herinneren aan donorregistratie en de nieuwe Donorwet. Als zij in reactie daarop nog steeds geen keuze invullen, worden zij met 'geen bezwaar tegen orgaandonatie' geregistreerd en ontvangen zij daarvan een bevestigingsbrief. In de zomer van 2021 is dit zogenoemde brievenproces afgerond. Er staat dan ook een groep burgers met 'geen bezwaar' in het register. Deze groep bestaat uit ongeveer 3,4 miljoen mensen, dat is ongeveer 24% van het totaal aantal geregistreerde personen. Daar staat tegenover dat significant meer mensen hun keuze hebben ingevuld in het Donorregister dan vóór (de implementatie van) de nieuwe Donorwet: ongeveer 10,7 miljoen mensen (tegen ruim 6 miljoen in 2018). Kortom, in juli 2021 staan alle ingezetenen vanaf 18 jaar in het donorregister, hetzij met de door henzelf ingevulde (actieve) keuze of (passief) met 'geen bezwaar tegen orgaandonatie'.

Structurele communicatie vanaf juli 2021

Communicatiedoelstellingen

De campagne over de nieuwe Donorwet is afgerond en daarmee zijn ook de doelstellingen uit het communicatieplan (2018) niet meer geldig. Gegeven de hierboven beschreven situatie, en de wettelijke uitgangspunten, gelden voor de komende jaren de volgende drie primaire communicatiedoelstellingen:

- 1) het algemene publiek structureel blijven herinneren aan het donorregister, dat zij daarin geregistreerd staan en dat zij (en hoe zij) deze registratie desgewenst op ieder moment kunnen wijzigen;
- 2) het informeren van burgers voor wie de wet voor het eerst gaat gelden (18-jarigen en nieuw ingezetenen) over het donorregister, dat zij (en hoe zij) daarin een keuze kunnen invullen en dat zij, als zij dat niet doen, uiteindelijk zullen worden geregistreerd met 'geen bezwaar tegen orgaandonatie'.
- 3) het beschikbaar houden, maken en aanbieden van betrouwbare en actuele informatie over (het proces van) orgaan- en weefseldonatie waaruit ook de relevantie hiervan blijkt.

Bij deze drie doelstellingen gaat het in de eerste plaats om het overbrengen van kennis, maar ook om het aanzetten tot gewenst gedrag: het (al dan niet opnieuw) maken van een geïnformeerde keuze (NB: dat hoeft niet hetzelfde te zijn als het *invullen* van een keuze; besluiten om geen keuze in te vullen is ook een keuze). Gedrag hangt nauw samen met het vormen van een houding. Orgaandonatie is een

persoonlijk onderwerp. Naasten (en de relatie daarmee) zijn voor veel mensen van invloed op hun identiteit en bepalend bij het maken van persoonlijke keuzes. Als subdoelstelling geldt daarom:

- 4) het motiveren van burgers om samen met hun naasten het gesprek aan te (blijven) gaan over orgaandonatie en hun keuze in het Donorregister.

Deze laatste doelstelling dient ook het donatiegesprek omdat nabestaanden een registratie doorgaans (beter) kunnen plaatsen als zij bij leven al eens over het onderwerp met de overledene hebben gesproken.

Boodschap

Voor de goede orde: het is nadrukkelijk geen doelstelling om via communicatie actief donoren te werven. De insteek van de communicatie blijft neutraal jegens de keuzes in het Donorregister. Iedere keuze is zoals gezegd persoonlijk en alle keuzes zijn even waardevol. Dit uitgangspunt volgt uit het werkingsmechanisme van de nieuwe Donorwet (*opt-out*) en uit de wetsgeschiedenis. Omdat de wet bewust sturend is ten aanzien van de keuze (voor een 'nee'-registratie is een handeling vereist; als die handeling niet plaatsvindt, legitimeert de wet een inbreuk van de lichamelijke integriteit en wordt er 'geen bezwaar tegen orgaandonatie' geregistreerd), en omdat het hier een persoonlijk en gevoelig onderwerp betreft (de lichamelijke integriteit), dient de informatievoorziening over die wet zo min mogelijk sturend te zijn.

De overheid zal dus primair moeten informeren. Wel zal de communicatie net als tijdens de campagne voor de nieuwe Donorwet motiverend en activerend zijn. Want burgers moeten niet alleen voldoende geïnformeerd zijn, maar idealiter ook het gesprek aangaan met hun naasten over hun keuze en, indien zij dat nog niet gedaan hebben, een keuze invullen. Een actieve en dus expliciete keuze biedt nu eenmaal directer duidelijkheid (aan nabestaande en artsen) dan een passieve, impliciete toestemming ('geen bezwaar'), en komt daarmee het beste tegemoet aan zowel de belangen van de overledene (zelfbeschikkingsrecht) als van de nabestaanden.² Om mensen aan te zetten tot dergelijk gedrag moet ook de relevantie van orgaandonatie over het voetlicht worden gebracht. Het moet burgers duidelijk zijn waarom hun aandacht wordt gevraagd.

Daarbij zij het volgende opgemerkt. Bovenstaande betekent dat er in de praktijk een balans gevonden moeten worden tussen neutraliteit ten aanzien van de keuze in het donorregister en de uitleg over wat orgaandonatie betekent. De Reclame Code Commissie heeft er in een uitspraak³ bijvoorbeeld op gewezen dat het noemen van het tekort aan orgaandonoren hoe dan ook een moreel appel doet op de ontvanger om orgaandonor te worden. Tegelijk kan gesteld worden dat de burger essentiële informatie wordt onthouden als onvermeld blijft wat het doel en achtergrond van de Wet op de orgaandonatie is: het bevorderen maken van orgaan- en weefseldonatie omdat er een groep mensen is met orgaanfalen en/of een aandoening waarvoor orgaan- respectievelijk weefseltransplantatie de geïndiceerde medische behandeling is. Voor het welslagen van dit doel is het belangrijk dat de burger vertrouwen heeft in de zorgvuldigheid van het proces van orgaan- en weefseldonatie, of op zijn minst daartegen geen onnodig wantrouwen koestert. Per

² NB: 'geen bezwaar' is juridisch gelijk aan een 'ja', en dit gegeven zal ook in de communicatie vanuit VWS en NTS aandacht moeten krijgen.

³ Dossiënummer 2019/00460.

saldo leidt het doel van de Wod – het bevorderen van orgaandonatie - tot gezondheidswinst voor mensen. Dát is de reden dat burgers gevraagd wordt over orgaandonatie een keuze te maken. En dat moet hen dus ook verteld worden.

**Secretaris Generaal / plv.
Secretaris Generaal**
Directie Communicatie
Strategie en onderzoek

Het zal in voorlichtingsactiviteiten een uitdaging zijn om deze balans te vinden, maar het kan wel. Bijvoorbeeld door transparant te zijn over beide doelstellingen van de wet, door empathisch taalgebruik te hanteren en – binnen redelijke grenzen – expliciet ruimte te laten voor andere opvattingen. Daarnaast zal regelmatig worden getoetst hoe de aangeboden informatie begrepen wordt.

Datum
25 juni 2021

Voorbeeld I: hersendood

Het is bekend dat hersendood een controversieel onderwerp is. Dit lijkt te komen doordat iemand die hersendood wordt verklaard er niet uitziet als iemand die dood is: het lichaam is warm en de ademhaling en bloedcirculatie zijn nog aanwezig (zij het uitsluitend door aansturing van een machine). Gelet op deze discrepantie is het wenselijk om hier aandacht aan te besteden in de informatievoorziening van de overheid.⁴ Daarbij is het van belang om enerzijds onbehagen bij deze manier om de dood vast te stellen serieus te nemen, maar om anderzijds onnodig wantrouwen in deze praktijk te voorkomen.

Er is een groep burgers die stelt, met name in online media, dat de persoon die hersendood is verklaard nog niet dood is, of althans dat dit niet met zekerheid zou zijn vast te stellen⁵. In reactie daarop is het zaak om ten eerste te erkennen dat er – naast het medische perspectief – andere perspectieven of niveaus bestaan van waaruit de dood begrepen kan worden, vaak ingegeven door levensbeschouwelijke overtuigingen, en daaraan ruimte te bieden – bijvoorbeeld door zoekvragen te adresseren op de website. Anderzijds moet ook duidelijk worden gemaakt dat hersendood een medisch concept is waarover binnen de medische wetenschap en praktijk consensus bestaat en dat - juist daarom - wettelijk gelijk is gesteld aan dood.

De informatievoorziening vanuit de overheid blijft een gezamenlijke inspanning van VWS en de ketenpartners CIBG, NTS. Tussen deze partijen zullen afspraken worden gemaakt opdat de rollen en taken duidelijk zijn belegd. Ook kan in gezamenlijkheid de balans van de geboden informatievoorziening worden gewogen. In dit verband blijft het ook nodig, net zoals tijdens de implementatie van de nieuwe Donorwet, dat de samenwerking gezocht blijft worden met relevante maatschappelijke partijen. Het is dus van belang om het opgebouwde netwerk te onderhouden en waar nodig uit te breiden. Ook hierover worden afspraken vastgelegd.

Doelgroepen

Algemeen publiek

Deze groep is de afgelopen jaren al meegenomen in de aanloop naar de nieuwe donorwet. Het algemeen publiek heeft al een grote kennis over het Donorregister

⁴ De Reclame Code Commissie heeft in 2016 bijvoorbeeld geoordeeld dat de overheid altijd een toelichting dient te geven als het zich bedient van de woorden "na overlijden" bij orgaandonatie. In latere zaken is dit beperkt tot uitingen waarbij hiervoor redelijkerwijs ruimte bestaat, mits deze verwijzen naar informatievoorziening waar een dergelijke toelichting wel voorhanden is. Deze dient volgens de RCC wel goed toegankelijk en vindbaar te zijn.

⁵ Zie '[Nepnieuws' over hersendood vervuult donordebat - NRC](#).

en de nieuwe Donorwet, dat blijkt ook uit de campagne effectmetingen.⁶ Ondanks kunnen we ervan uitgaan dat niet iedereen bereikt is, of dat sommige mensen wel bereikt zijn maar er weinig tot geen aandacht voor (kunnen) hebben gehad. Voor deze mensen is het van belang om het onderwerp met enige regelmaat opnieuw onder de aandacht te brengen, hen te blijven herinneren aan de consequentie van de nieuwe Donorwet en aan het bestaan en vindplaats van het Donorregister. Ook de WRR, in haar rapport "Weten is nog geen doen", heeft op het belang gewezen van herhaling. Eveneens in lijn met dat rapport is het van belang om de informatie voor deze mensen zo concreet en praktisch mogelijk te maken: *hoe* (op basis van welke informatie) maak je je keuze en *hoe* vul je je keuze in.

**Secretaris Generaal / plv.
Secretaris Generaal**
Directie Communicatie
Strategie en onderzoek

Datum
25 juni 2021

Moeilijker te bereiken doelgroepen

Dit zijn groepen die over het algemeen minder goed worden bereikt met algemene communicatie vanuit de Rijksoverheid of groepen die specifieke vragen over de nieuwe Donorwet en orgaandonatie hebben. Voorbeelden van dergelijke groepen zijn: laaggeletterden en mensen met lage gezondheidsvaardigheden, mensen met een verstandelijke of een fysieke beperking, mensen met een migratieachtergrond, gedetineerden en ouderen.

Tijdens de campagne voor de nieuwe Donorwet is een breed netwerk opgebouwd van vertegenwoordigende organisaties. Met deze organisaties is samengewerkt om bovenstaande groepen te voorzien van informatie die past bij hun behoeften en om hen te bereiken via voor hen vertrouwde kanalen. Samen met deze organisaties zijn materialen en methoden ontwikkeld om hen goed te informeren. In een aantal gevallen voorafgegaan door gericht vooronderzoek naar bestaande attitudes en kennisniveaus van de verschillende doelgroepen. In de informatievoorziening na de campagne voor de nieuwe Donorwet wordt hierop voortgebouwd, want dit soort relatief intensieve communicatie kost tijd: de effectiviteit zal naar verwachting met de jaren toenemen.

Dat blijkt ook uit cijfers van het CBS. Ondanks de uitgebreide aandacht de laatste jaren voor deze doelgroepen zien we dat bijvoorbeeld niet-Westerse migranten relatief vaak geen toestemming geven voor orgaandonatie (56.8% tegenover 29.4% van de mensen met een Nederlandse achtergrond), en daarnaast relatief vaak met 'geen bezwaar' geregistreerd staan (29.1% vs. 14.4%). Dat suggereert dat een aanzienlijk deel van deze doelgroep nog onvoldoende bereikt is. Het blijft dus van belang om de voorlichting apart gericht op deze doelgroepen de komende jaren voort te zetten.

Jeugd (onder de 18 jaar)

Deze doelgroep heeft waarschijnlijk nog vrijwel geen kennis over het Donorregister en moet dus gerichte basisinformatie krijgen om tot een goede keuze te kunnen komen. Dat houdt in dat deze groep naast informatie over het Donorregister en de keuzes daarin ook proactief informatie over orgaan- en weefseldonatie aangeboden moet krijgen. Hoe dit het beste kan worden vormgegeven is onderdeel van nader gesprek tussen VWS en NTS. De NTS heeft veel ervaring met deze doelgroep, nu zij al jaren gastlessen en lespakketten verzorgen.

Nieuw-ingezetenen

Ook deze groep heeft waarschijnlijk nog vrijwel geen kennis over zowel het Donorregister als over orgaandonatie en moet dus gerichte basisinformatie krijgen

⁶ Gepubliceerd op
<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/campagnes/campagneresultaten-2020>.

om tot een goede keuze te kunnen komen. Stichting Pharos is gevraagd om met een advies te komen hoe deze doelgroep het beste kan worden bereikt over het onderwerp orgaandonatie en het Donorregister.

**Secretaris Generaal / plv.
Secretaris Generaal**
Directie Communicatie
Strategie en onderzoek

Strategie

Met betrekking tot het eerste doel zal de informatievoorziening wederom bestaan uit zowel massamediale inzet als voorlichting op maat. Zij het dat voor beide een stuk minder budget beschikbaar is (zie verderop in dit plan) dan voor de invoering van de nieuwe donorwet. De middelen zijn dus beperkt. De website van het Donorregister blijft de centrale landingsplaats voor informatie. Veel informatie, inc. folders en animaties die daarop staat kan blijven staan (eventueel met een kleine aanpassing of actualisering). Uitgangspunt is dat de informatie vanuit de overheid waar mogelijk op A2 niveau wordt aangeboden – dat is nog een niveau eenvoudiger dan het voor overheidscommunicatie standaard voorgeschreven niveau B1. Waar dit onmogelijk is, omdat dit geweld zou doen aan de exactheid en daarmee juistheid van de informatie, zal verwezen worden naar de website van de NTS waar informatie op B1 niveau kan worden aangeboden of, als het informatie bestemd is voor medische professionals, op C2 niveau.

Datum
25 juni 2021

Andere uitgangspunten voor de informatievoorziening zijn:

- Brede beschikbaarheid van de voorlichting, zowel offline als online
- Objectief, toegankelijk en begrijpelijk voor iedereen
- Concreet en praktisch: aandacht voor het 'hoe'.
- Communiceren met empathie en respect voor de uiteenlopende opvattingen omtrent orgaandonatie
- Waar nodig afgestemd op specifieke behoeften (bijvoorbeeld in taal, leesbaarheid of verspreidingsmanier)

De massamediale inzet zal beperkt blijven tot één jaarlijkse flight, die gericht is op de eerste primaire doelstelling. Daarnaast zal er geregeld informatie gericht op de moeilijker te bereiken doelgroepen worden aangeboden, zowel via de website als proactief door middel van voorlichtingsactiviteiten. Op basis van periodiek onderzoek (zie hieronder) zal bekeken worden welke doelgroepen daarbij speciale aandacht moeten krijgen en in welke vorm. Criterium hiervoor is de vraag in hoeverre deze groepen voldoende geïnformeerd zijn.

Voor de tweede doelstelling zal specifiek voorlichtingsmateriaal worden ontwikkeld voor de doelgroepen jeugd en nieuw-ingezetenen. Voor deze groepen geldt dat zij dus meermaals zullen worden aangeschreven om hen te informeren over hun (registratie(keuze) in het Donorregister). Om deze brieven goed te laten 'landen' is het van belang dat deze groepen waar mogelijk reeds bekend zijn met het Donorregister en de manier waarop in Nederland met orgaan- en weefseldonatie wordt omgegaan. Voor beide groepen is massamediale inzet weinig zinvol en zal vooral worden ingezet op voorlichting via andere kanalen. Een toelichting hierop staat hieronder.

Activiteiten

De communicatie rond orgaandonatie wordt op de volgende manier ingestoken:

- Algemeen publiek

Jaarlijks:

- Een landelijke campagne om de aandacht op het donorregister, het maken en kunnen wijzigen van je eigen keuze vast te houden.

Doorlopend:

- PR mogelijkheden zoeken waar mogelijk: aanhaken bij actualiteiten en 'dagen van...', maandelijks verhalen van keuzemakers en betrokkenen publiceren, inspelen op vragen van de pers en van het publiek;
 - Social media blijven inzetten (gemiddeld twee keer per maand);
 - Website actueel houden;
 - Publieksvragen beantwoorden via social media, mail, Whatsapp, post en telefoon;
 - Zorgen dat de folders beschikbaar zijn bij gemeenten en bibliotheken en bestelbaar zijn en digitaal beschikbaar zijn in diverse formaten en producten;
 - Voorlichtingsactiviteiten gericht op moeilijker te bereiken doelgroepen.
- Gemeenten hebben volgens de nieuwe donorwet de verplichting om iedereen van 18 jaar of ouder die een paspoort, ID-kaart of rijbewijs aanvraagt te informeren over de nieuwe donorwet. In afstemming met de NVG en de NvvB wordt aan deze verplichting invulling gegeven en een folder ontwikkeld om aan burgers te verstrekken. Deze folder zal burgers informeren dat zij hun keuze in het Donorregister op ieder moment kunnen veranderen. De folder is tevens een reminder voor iedereen die nog geen keuze heeft ingevuld.

**Secretaris Generaal / plv.
Secretaris Generaal**
Directie Communicatie
Strategie en onderzoek

Datum
25 juni 2021

• Moeilijker te bereiken doelgroepen

Doorlopend:

- Beschikbaar en actueel houden van folders in andere talen en animaties;
- Onderzoek of bepaalde groepen zich voldoende geïnformeerd voelen;
- Onderhouden netwerk van organisaties die werken met deze doelgroepen;
- Herinneringsmailings versturen via die organisaties aan de achterban;
- Indien nodig als dat uit het onderzoek blijkt: ontwikkelingen nieuw materiaal, en verspreiden van informatie via nieuwe kanalen.

• Jongeren

De eerste jaren na de invoering van de nieuwe donorwet leggen we de focus op voorlichting aan jongeren van 16 en 17 jaar, als voorbereiding op de keuze die zij gaan vastleggen in het Donorregister. We gebruiken hiervoor de kanalen die juist door jongeren veel gebruikt worden (veelal online). En we richten ons op onderwijs (lesbrief), omdat jongeren in deze leeftijdsgroep nog naar school gaan.

Doorlopend:

- Vanaf mei 2021 wordt maandelijks aan iedereen die op het punt staat om 18 jaar te worden (gemiddeld 200.000 jongeren per jaar) gevraagd een keuze in te vullen in het Donorregister. Daarvoor geldt de gebruikelijke procedure van aanschrijven (twee brieven als reminder, daarna bevestiging van inschrijving met 'geen bezwaar').
- Aandacht voor donoregistratie op kanalen waar jongeren zich ophouden, zoals SlamFM, Instagram, TikTok en andere online platforms.
- Gastlessen op scholen VO, mits deze een evenwichtig verhaal vertellen.
- Online lesprogramma voor PO

- Nieuw ingezetenen

Ook voor deze doelgroep geldt dat we goed kijken welke kanalen deze doelgroep gebruikt om hen goed te kunnen informeren.

Doorlopend:

- Vanaf 2024 vragen we ook alle nieuw ingezetenen (gemiddeld rond de 100.000 mensen per jaar) om een keuze in te vullen in het Donorregister. Drie jaar nadat zij in een Nederlandse gemeente zijn ingeschreven krijgen zij een brief met daarin het verzoek om in het Donorregister hun keuze over orgaandonatie in te vullen.
- Activiteiten op basis van advies Pharos.

**Secretaris Generaal / plv.
Secretaris Generaal**
Directie Communicatie
Strategie en onderzoek

Datum
25 juni 2021

Verantwoording en onderzoek

Net zoals tijdens de campagne voor de nieuwe donorwet, zal periodiek, rond de jaarlijkse flights (campagnes), gemeten worden wat de kennis, houding en het gedrag is van het publiek ten aanzien van donorregistratie en orgaandonatie.

De Kamer zal over de onderzoeken tenminste jaarlijks worden geïnformeerd door de minister.

Kosten

Voor de structurele communicatie over orgaan- en weefseldonatie is in de begroting van VWS jaarlijks een bedrag van 2,0 miljoen euro opgenomen.