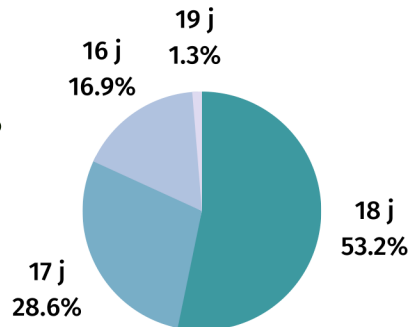


# VAPEN ONDER TIENERS

Het lectoraat Transformational Media heeft in samenwerking met studenten van de Master Content & Media strategy een onderzoek uitgevoerd om inzicht te krijgen in het vape gedrag van jongeren. De resultaten werden gebruikt als input voor de anti-vaping campagne gemaakt door het creatief bureau Wefilm voor hun opdrachtgever #artsenslaanalarm.

## Methodologie

Er zijn 77 gestructureerde interviews afgenomen onder tieners tussen 16 en 19 jaar. De data werd grotendeels verzameld bij studenten die voornamelijk in het Noorden van Nederland wonen.



## Motivaties om te vaperen

De respondenten werden gevraagd of ze zelf vaperen en waarom ze denken dat anderen vaperen. De meeste vapers duiden aan dat de **beschikbaarheid van lekkere smaakjes** de belangrijkste drijfveer is om te vaperen. Andere vaak genoemde argumenten waren: **tijd doorbrengen met vrienden, als een gezonder alternatief voor roken, en omdat het de gemakkelijkste manier is om in hun behoefte voor nicotine te voorzien.**

## Kennis over vaperen

Ondanks dat jongeren weten dat vaperen schadelijk is, is hun kennis over de middelen aanwezig in vape pennen vrij laag. **De meeste jongeren weten dat vaperen zeer schadelijk is. Andere geven aan dat het enigszins schadelijk is.** Twee deelnemers beschouwen vaperen als niet schadelijk. Veel deelnemers denken dat vaperen **minder schadelijk is dan sigaretten.**



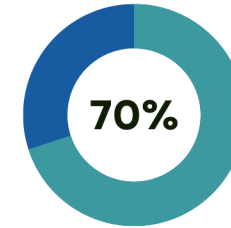
De verre meerderheid (87%) van de deelnemers **weet niet wat er bij vaperen aan stoffen wordt geïnhaleerd.**

*"Eerlijk gezegd nee en het maakt mij ook niet uit. Waarom ook? Het is niet alsof ik iets geef om de gezondheid wat dit betreft. Ik weet dat het slecht is en that's it."*

## Vape locaties en beschikbaarheid

Vaperen is **gemakkelijk** en het wordt **overal** gedaan. Jongeren houden zich vaak niet aan de regels en gebruiken e-sigaretten op openbare plekken zoals op school en in het openbaar vervoer. Uit de bevindingen blijkt dat **het heel makkelijk is voor een jonge vaper om vape producten te kopen, zelfs als ze jonger zijn dan 18 jaar.** Reguliere sigarenshop "Primera" en online winkels zijn de meest benoemde verkooppunten.

## Reclame van vape producten



70% van de deelnemers zegt nog niet in aanraking te zijn gekomen met reclame voor vape pennen. Hetzelfde percentage van de deelnemers zegt echter wel content over vaperen te zijn tegengekomen op social media.

Jongeren zien (gesponsorde) content die vaperen promoot op social media niet als reclame.



TikTok en Instagram werden het vaakst genoemd als platforms waar content over vaperen wordt getoond