



# OTHER TALK – COMMUNICATIE NAAR 'THE MOVEABLE MIDDLE'

Ipsos verkort onderzoeksrapport

Mei 2021

**11.11.11**

VECHT MEE TEGEN ONRECHT

**GAME CHANGERS**



# CONTEXT VAN HET ONDERZOEK



## DOELSTELLINGEN

Inzichten verwerven in hoe de **'moveable middle'** een aantal **migratie-narratieven beoordeelt** (narratieven die de vooroordelen over migranten in Vlaanderen proberen te weerleggen): hoe ze de narratieven opnemen, wat hun eerste reacties zijn en wat de narratieven met hen doen. Dit met als doelstelling de do's en don'ts te begrijpen bij het opstellen van zulke narratieven, welke aspecten aanslaan en welke minder en welke van deze narratieven het meeste effect hebben.



## DOELGROEP

in een eerder Ipsos onderzoek (2018) werden in het debat rond migratie 5 segmenten onderscheiden: 'Forthright Proponents', 'Moderate Supporters', 'Sceptic Bystanders', 'Concerned Conservatives' en 'Rabid Opponents'. In het huidig onderzoek werd ervoor gekozen de **3 middelste groepen** te bevragen (de **'moveable middle'**) aangezien dit de groep is die **geen extreme opvatting** heeft over migratie en daarom meer ontvankelijk is voor communicatie en boodschappen erover.



## METHODOLOGIE

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden werd gekozen voor **4 online mini-groepsgesprekken** met in totaal **13 respondenten**. Elk groepsgesprek bestond uit participanten uit uitsluitend 1 van de 3 doelgroepen van de 'moveable middle': zo werden 4 'Moderate Supporters' bevraagd, 4 'Sceptic Bystanders' en 5 'Concerned Conservatives'. Er werd gekozen om vooral te focussen op een jongere doelgroep, zonder de oudere leeftijdsklasse uit te sluiten.



# ALGEMEEN BEELD OP MIGRATIE

## Diversiteit, maar ook problematiek en vooroordelen

- Bij migratie denken de respondenten **spontaan** aan:
  - Vluchten, oorlog, armoede en hulp bieden
  - Diversiteit (in taal en cultuur)
  - Problematieken (arbeidsproblematiek, taalproblematiek, huisvesting, etc.)
  - Racisme en vooroordelen
- Men ziet de samenleving vandaag de dag als een **maatschappij met veel kleur en diversiteit**.
  - We moeten die diversiteit dan ook omarmen en ervoor openstaan.
  - We kunnen allemaal overeen komen en met elkaar leven, er hoeven geen problemen te zijn.
  - Ook de meest kritische mensen vinden dat iedereen welkom is, maar dan wel op voorwaarde dat men bereid is zich te integreren en actief mee te werken.
- Ook beseft men dat migranten het vandaag **niet altijd gemakkelijk** hebben in België.
  - Migranten kampen vandaag vaak met racisme en voelen zich niet altijd welkom.
  - Het is niet altijd makkelijk voor hen om zich volledig aan te passen en te schikken naar onze samenleving.
  - Migreren vraagt al een grote sprong op zich, maar ook daarna hebben ze nog een lange weg te gaan in het migratieproces (de taal leren, met onze waarden en normen leren omgaan, etc.).
  - Critici vrezen dat migranten zich nooit volledig kunnen integreren en nooit echt Belg worden.



# MIGRATIE TERMINOLOGIE

## Niet alle termen hebben dezelfde betekenis of connotatie

- Spontaan spreekt men over **'(im)migranten'**, **'vluchtelingen'**, **'allochtonen'**, **'anderstaligen'** of **'buitenlanders'**.
- Er wordt een duidelijk onderscheid gemaakt tussen **'migranten'** en **'vluchtelingen'**:
  - Migranten kunnen eerder vrijwillig gepland migreren
  - Vluchtelingen hebben vaak geen andere keuze dan te vluchten.
- **Andere termen** neemt men **iets minder snel** in de mond:
  - Langere termen als 'mensen op de vlucht' en 'mensen met een vluchtverhaal' klinken vrij ernstig en triest, omdat de nadruk hierbij echt op 'vlucht' ligt
  - 'Mensen die migreren' en 'mensen van niet-Europese origine' komen heel politiek correct over, maar de termen zijn een mondvol en kunnen breed geïnterpreteerd worden.
  - De term 'nieuwkomers' klinkt soms wat vaag, weinigzeggend. Het roept de vraag op 'hoe lang ben je nieuw?'
  - 'Allochtonen' heeft een vrij negatieve connotatie. Deze term komt vaak vrij hard en denigrerend over.
  - 'Asielzoekers' is dan weer iets heel specifiek, het is enkel van toepassing op wie asiel aan het zoeken is.
- Tenslotte beschouwt men **'politieke vluchtelingen'** en **'economische vluchtelingen'** als een goede opdeling die objectief de 2 soorten migranten beschrijft waar we vandaag mee te maken hebben.
  - Aan de hand van deze opdeling, drijven de meest critici dit nog verder door naar een opdeling tussen 'politieke vluchtelingen' en 'economische migranten':
    - 'Politieke vluchtelingen' konden niet anders dan vluchten, bv. van oorlog in hun thuisland. Zij verdienen onze hulp en hen moet België dan ook sowieso opvangen. Met deze migranten kan men wat meer geduld hebben qua integratie, aangezien men begrip heeft voor hun moeilijke situatie.
    - Economische migranten zijn migranten die naar België komen uit vrije wil, in de hoop hier een beter en vooral rijker leven te kunnen beginnen. Deze migranten 'hoeven we er dan ook niet per se bij te nemen', België heeft niet de capaciteit iedereen op te vangen. Van hen verwacht men dat ze onmiddellijk moeite doen te integreren.



*“Ik vind toch dat er een verschil is in behandeling. Als je gaat vluchten van een land doe je dat niet op vrijwillige basis, dus dat is niet gepland. Ik heb dan ook meer geduld met vluchtelingen die een taal niet kunnen dan met andere migranten.”*

**Yoni, 24, Sceptic Bystander**



*“Economische migranten zijn mensen die van ergens vertrekken om daar te gaan werken en een nieuwe toekomst te starten. Maar natuurlijk kan niet iedereen mee op de kar springen, dat vind ik iets anders dan vluchtelingen die een onbepaalde toekomst voor zich hebben.”*

**Peter, 47, Sceptic Bystander**





**Het verhaal – ‘de narratief’ kan vrij uniform zijn.**

- Er werden **geen grote verschillen** gevonden tussen de 3 doelgroepen (‘Moderate Supporters’, ‘Sceptic Bystanders’ en ‘Concerned Conservatives’) wat betreft de narratieven die meer of minder aanslaan.
- Het verhaal, de narratief die men brengt en de manier waarop de framing wordt aangepakt kan dus **voor de 3 doelgroepen dezelfde** zijn. Op deze manier hoeft men zich dan ook niet af te vragen welke doelgroep men met welk narratief zal bereiken.
- Sommige **accenten** zijn dan nodig voor een **welbepaalde doelgroep**. Bepaalde nuances of manieren van vertellen doen de narratief namelijk beter aanslaan bij specifieke groepen.

# IN DE APPRECIATIE VAN DE NARRATIEVEN MERKEN WE EEN TWEEDELING



## EMOTIONEEL-GERICHT DENKEN

Bij emotioneel-gericht denken staat men eerder positief tegenover mensen met een migratieachtergrond.

- Deze groep staat **open voor migratie** en **samenwerking** met migranten.
- Zij zien vele **voordelen van migratie**, wat door anderen soms ook als een **naïef denken** wordt geduid.
- In narratieven zijn zij vooral gefocust op het **emotionele en humane aspect** en menselijke waarden.
  - Zij zien de mens in de migrant en willen bevestigd zien dat we ook met hen op een humane manier omgaan.
  - Waarden zoals ‘vertrouwen’ en ‘respect’ zijn voor hen dan ook zeer belangrijk.
- Bij dit denken staat eerder het **individu** centraal.
  - In de communicatie rond migratie is het daarom belangrijk dat ook de migrant centraal wordt gesteld.
    - Bv. via het vertellen van een persoonlijk verhaal, het tonen van een gezicht en een stem bij de communicatie, het vertellen van eigen ervaringen.
  - Op deze manier wordt de migrant ‘vermenselijkt’.
- In ons onderzoek zien we dat **Moderate Supporters** de narratieven eerder bekijken vanuit dit emotioneel-gericht denken.
  - Concerned Conservatives combineren vaak beide manieren van denken.



## RATIONEEL-GERICHT DENKEN

Bij rationeel-gericht denken staat men iets sceptischer tegenover migratie en mensen met een migratieachtergrond.

- Binnen dit denken merken we dat er **vaker angstgevoelens** tegenover migratie worden geuit, dat men gebruik maakt van **veralgemeningen** en men gevoeliger is voor **negatieve beeldvorming**.
- Hier overheerst de mening dat het **‘van 2 kanten moet komen’**: wij kunnen migranten helpen, maar zij moeten ook hun best doen naar ons toe.
- In narratieven zoeken ze vaker naar **concrete feiten en bewijzen**.
  - Bv. bewijs dat België migratie gecontroleerd aanpakt en managet.
  - Bv. bewijs dat we niet zomaar worden overgelaten aan wat migranten allemaal eisen of willen veranderen.
- Bij dit denken staat eerder de **maatschappelijke context** centraal.
  - De focus ligt eerder bij de grotere maatschappijproblematiek.
  - Het is belangrijk te weten hoe migratie concreet wordt ingevuld en wat er concreet wordt ondernomen.
  - Migranten moeten zich eerder inpassen in onze maatschappij en zich integreren door bv. de taal te leren en zelf proberen meerwaarde te creëren.
- In ons onderzoek zien we dat **Sceptic bystanders** de narratieven eerder bekijken vanuit dit rationeel-gericht denken.
  - Concerned Conservatives combineren vaak beide manieren van denken.



Om alle doelgroepen te bereiken, combineren de narratieven idealiter dan ook deze tweedeling, waarbij dus zowel het emotionele als het rationele in de narratief wordt geïntegreerd.



# DE BOUWSTENEN VAN DE NARRATIEVEN

## CIJFERS

Cijfers helpen de narratieven weinig vooruit.

- Cijfers zijn **niet altijd zo objectief en rationeel** als men in eerste instantie zou denken.
  - Kunnen gemanipuleerd zijn.
  - Vragen bij de bron ervan en hoe men de berekening heeft gemaakt.
  - Men vraagt zich af of alle cijfers zijn weergegeven.
- Een narratief met cijfers kan **beter niet als hoofdnarratief** gebruikt worden.
  - Heeft de kracht niet de framing te beïnvloeden.
  - Kan wel als ondersteunend bewijsmateriaal.

“Ik denk dat zo'n cijfers gewoon dienen om de bevolking te sussen. Het lijkt mooi, maar vanwaar komen die cijfers? Wat betekenen ze precies? Zijn dat alle cijfers? Ik kan niet geloven dat vluchtelingen ons geen welvaart hebben gekost.”

Yoni, 24, Sceptic Bystander

## TAAALPROBLEMATIEK

Verwijzingen naar 'de noodzaak de taal aan te leren' spreekt aan.

- Wordt als de **basisvoorwaarde** beschouwd om te kunnen leven in een maatschappij.
  - Communicatie is de basis van alles.
  - Taal is de grondslag van inclusiviteit.
- Narratieven die over taal spreken, **slaan goed aan**.
  - Emotioneel-denken: taal is een eerste stap in de goede richting om een groepsgevoel te creëren.
  - Rationeel denken: gerust gesteld dat er ook aan de kant van de migrant verwachtingen gesteld worden qua integratie.

“Zonder taal kan je elkaar niet leren kennen. Door de taal te kennen, leer je elkaar verstaan en begrijpen. Daarmee staat en valt alles. Het is de basis van integratie.”

Bart, 40, Concerned Conservative

## ARMOEDE

Wekt weinig interesse of discussie op.

- **Niet de perceptie** dat vluchtelingen de **oorzaak zijn van armoede** in ons eigen land.
- **Niet de perceptie** dat vluchtelingen de **oplossing** van armoede zijn in België.
  - Armoede wordt gezien als een aparte problematiek, die niets te maken heeft met vluchtelingen.
- Hypothese: voor bepaalde **specifieke doelgroepen**, die bv. zelf balanceren op de grens met armoede, kan dit **misschien wel een belangrijk element** zijn in de discussie rond migratie.

“In het debat over armoede is migratie inderdaad niet het probleem. Ik denk niet dat migratie iets te maken heeft met de armoede van de autochtone Belgen. Dat heeft enkel te maken met ons economisch systeem.”

Christophe, 45, Moderate Supporter

## ECONOMISCH ASPECT

De economische bijdrage van migranten belichten, heeft een **positieve impact**.

- Toont een mogelijk **positief gevolg** van migratie aan.
- Zo zijn migranten **geen 'last'** meer van onze maatschappij, maar kunnen ze **meerwaarde creëren** voor de samenleving.
  - Als vluchtelingen knelpuntberoepen uitvoeren, vullen ze belangrijke gaten in onze arbeidsmarkt op.
  - Door mee te draaien in het systeem en mee belastingen te betalen, vangen ze mee het vergrijzingsvraagstuk op.

“Op deze manier kunnen migranten inderdaad een deel van de oplossing zijn. Als ze hier hun leven opstarten en ze willen de jobs doen die Belgen niet willen doen, dan kan dat alleen maar positief zijn voor beide kanten.”

Enya, 23, Moderate Supporter

# DE BOUWSTENEN VAN DE NARRATIEVEN - VOORBEELDEN

## CIJFERS

*Zo berekende de Nationale Bank van België dat als gevolg van migratie het BBP de afgelopen vijf jaar met 3,5% steeg. Het effect is positief voor zowel EU- als niet-EU-immigranten, met een stijging van 2 % door EU-immigratie en een stijging van 1,5 % door niet-EU-immigratie. (Subnarratief C.a.)*

- Cijfergegevens worden geleverd als bewijsmateriaal voor de gemaakte argumenten.
- Echter hebben velen, zeker critici, hun twijfels bij deze cijfers:
  - Wat is de bron? Op welke manier is dit berekend? Wat zit allemaal in deze cijfers vervat?
  - De Nationale Bank wordt wel vermeld, maar ook dan nog heeft men het idee dat cijfers altijd gedraaid en gekeerd kunnen worden zoals men wil.
- De cijfers zijn verrassend, maar ook moeilijk te geloven gezien men uit de media de indruk krijgt dat migratie enkel kosten meedraagt.

## TAALPROBLEMATIEK

*Het is belangrijk dat ook mensen met een migratieachtergrond of vluchtverhaal bijdragen, in het sociale en economisch leven. De kennis van onze taal is daarvoor een belangrijke voorwaarde. (Subnarratief E.c.)*

- Om migratie en integratie te kunnen doen slagen, wordt vermeld dat het hiervoor wel noodzakelijk is dat migranten de lokale taal aanleren.
- Dit argument slaat aan bij de meeste respondenten:
  - Wie meer emotioneel-gericht vindt dat taal de voorwaarde is voor 'social talk'. Wat dan op zijn beurt de voorwaarde is om vooroordelen te doen afbrokkelen en meer inzicht in en begrip voor elkaar te hebben.
  - Wie meer rationeel-gericht denkt vindt het goed dat er beklemtoond wordt dat niet alleen wij moeite moeten doen om ons open te stellen, maar dat er ook iets van de kant van de migranten verwacht wordt: onze taal aanleren. Pas als iedereen zijn best doet heeft migratie kans op slagen.

## ARMOEDE

*Niemand mag in armoede leven. Maar migratie is niet de oorzaak van de armoede in ons land. Mensen op de vlucht of die migreren zijn vaak het slachtoffer van o.a. vervolging, oorlogsgeweld, armoede, discriminatie, ... in hun land van oorsprong. (Hoofdnarratief D)*

- De boodschap rond armoede heeft weinig impact in deze hoofdnarratief.
- De respondenten beseffen wel dat migratie niet de oorzaak is van armoede in ons land, maar vinden dat dit hier niet echt ter zake doet.
- Als deze 2 aspecten niets met elkaar te maken hebben, vindt men dat men hier niet moet refereren naar deze problematiek.
- Langs de andere kant ziet men ook geschreven staan dat vluchtelingen vaak vluchten van armoede. Dan denkt men ook aan de hypothese dat migranten wellicht wel het percentage armen in ons land doen stijgen.

## ECONOMISCH ASPECT

*Mensen met een vluchtverhaal of een migratieachtergrond kunnen zelfs een deel van de oplossing zijn. Door bijvoorbeeld knelpuntberoepen in de zorg te gaan opvullen en mee een antwoord te bieden op het vergrijzingsvraagstuk en op armoede. (Hoofdnarratief B)*

- Deze narratief legt uit op welke manier migratie een economische meerwaarde kan bieden.
  - Ze kunnen knelpuntberoepen invullen en zo ook mee een antwoord bieden op het vergrijzingsvraagstuk.
- Zo wordt duidelijk gemaakt dat migratie niet enkel negatieve gevolgen met zich meedraagt, maar dat migranten ook een meerwaarde kunnen bieden en zo echt deel kunnen uitmaken van de maatschappij.
- Men vindt dit een zeer goed argument pro-migratie waar men vaak nog niet over had nagedacht, en gaf aan dit argument zeker te zullen onthouden.



*In een samenleving is het belangrijk dat mensen elkaar kunnen vertrouwen. Vertrouwen begint met respect voor de regels die gelden in een maatschappij. En met respect voor elkaars cultuur. En dat moet van twee kanten komen. Vertrouwen kan er ook pas zijn als iedereen bijdraagt aan de maatschappij, zowel op sociaal als economisch vlak. Het is daarom ook belangrijk dat nieuwkomers onze taal spreken, want enkel zo kan je deelnemen in het maatschappelijke leven. Mensen met een vluchtverhaal of een migratieachtergrond moeten dan wel de kans krijgen om te tonen dat ze een bijdrage leveren. En wij moeten openstaan om dit te zien/elkaar te leren kennen. Zouden we niet meer moeten proberen elkaar echt te leren kennen?*

# DE WINNENDE NARRATIEF

## Hoofdnarratief A – ‘Vertrouwen’

**Hoofdnarratief A kreeg van alle narratieven de hoogste score, en daarom lichten we deze hier verder toe als ‘best practice’.**

- Deze narratief wordt gezien als het **meest volledig**.
  - Respondenten met vrij uiteenlopende visies en opinies op migratie vinden hier allen elementen in die ze herkennen of waar ze het mee eens zijn.
- Ook wordt deze narratief als **‘het ideaalbeeld’** gezien.
  - Alle respondenten zien deze boodschap als de manier waarop migratie in ons land idealiter zou moeten gebeuren.
  - Of dit realistisch is, is een andere vraag, maar ze zien het toch tenminste als een ‘streefdoel’ waar we met ons allen naartoe moeten.
- Wanneer we gaan kijken naar de bouwstenen in deze narratief, zien we dan ook dat deze boodschap erin slaagt de **meest relevante aspecten** op een mooie en overtuigende manier te **verweven**.



*“Dit is het ideaalbeeld. Als we migranten moeten opvangen in onze samenleving en moeten aanvaarden in onze cultuur, dan moet het op deze manier, en niet anders.”*

**Peter, 47, Sceptic Bystander**



*“Ik vind het relevant omdat het waar en mooi is. Ik ben het er wel mee eens. Langs de andere kant, ondanks dat ik het mooi vind, weet ik wel niet of het zeer realistisch is. Maar het moet wel een streefdoel zijn vind ik.”*

**Luka, 18, Concerned Conservative**

# WINNEND HOOFDNARRATIEF A – VERTROUWEN

## De narratief die bij alle groepen het meeste aanslaat

*In een samenleving is het belangrijk dat mensen elkaar kunnen vertrouwen. Vertrouwen begint met respect voor de regels die gelden in een maatschappij. En met respect voor elkaars cultuur. En dat moet van twee kanten komen. Vertrouwen kan er ook pas zijn als iedereen bijdraagt aan de maatschappij, zowel op sociaal als economisch vlak. Het is daarom ook belangrijk dat nieuwkomers onze taal spreken, want enkel zo kan je deelnemen in het maatschappelijke leven. Mensen met een vluchtverhaal of een migratieachtergrond moeten dan wel de kans krijgen om te tonen dat ze een bijdrage leveren. En wij moeten openstaan om dit te zien/elkaar te leren kennen. Zouden we niet meer moeten proberen elkaar echt te leren kennen?*

In deze narratief vinden we **4 bouwstenen** terug:

### ■ Het emotionele aspect

- Vermelding van humane woorden: respect, vertrouwen, tolerantie, een kans krijgen, en open staan voor elkaar, ontmoeting creëren, elkaar leren kennen.
- De narratief krijgt een erg hoge relevantiescore omdat men dit het ideaalbeeld vindt, een streefdoel zoals onze samenleving met migratie er zou moeten uitzien.
- Het is enorm belangrijk om open te staan voor elkaar, met elkaar te praten en elkaar te leren kennen, zodat we niet iedereen over dezelfde kam scheren en ondervinden dat migranten ook mensen zijn zoals wij.

### ■ Het rationele aspect

- Vertrouwen en respect moet van 2 kanten komen: ook migranten moeten respect hebben voor onze maatschappij en cultuur en moeten hun steentje bijdragen.
- Veel rationeel-denkende mensen beamen dat migranten welkom zijn als ze zich goed integreren. We kunnen hen helpen maar daar moet wel iets tegenover staan.
- Ook wordt geapprecieerd dat deze narratief aantoont dat het de migrant is die accepteert hoe wij leven en zich aanpast, en niet omgekeerd.
- Langs de andere kant: als migranten tonen dat ze hun best doen, moeten ook wij hun achtergrond respecteren en hen helpen een beter leven op te bouwen.

### ■ De economische meerwaarde

- Ook het belang van een (sociale en) economische bijdrage wordt vermeld.
- Iedereen moet zijn steentje bijdragen aan de maatschappij, dat is wat migratie doet slagen.

### ■ De taal

- Tenslotte wordt ook het belang van onze taal spreken, beklemtoond.
- Er moet een wil zijn om de samenleving te leren kennen, dat begint in 1<sup>ste</sup> instantie met de taal te leren kennen.
- De taal is namelijk de basis die zorgt dat je elkaar begrijpt en zo ook zorgt voor integratie.

# CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

## Uniforme narratieven

In de zoektocht naar ideale narratieven over migratie, is het niet nodig een strikte opsplitsing te maken tussen de verschillende doelgroepen. Eenzelfde narratief kan voor de verschillende groepen gebruikt worden. Het ene argument kan al wat beter aanslaan dan het andere, maar dit vormt op zich geen probleem. zolang de specifieke argumenten zich bewegen op een continuüm met respect voor zowel emotionele als voor rationele aspecten.

## Persoonlijke verhalen

Bij het meer emotioneel-gericht denken slaan vooral individuele, persoonlijke verhalen aan, die echt inzetten op het humanitaire, menselijke aspect. Voor wie op deze manier naar migratieproblematiek kijkt, slaat het dan ook goed aan wanneer individuele mensen met een migratieachtergrond over hun persoonlijk verhaal getuigen. De 'vluchteling', 'migrant', 'allochtoon' die vermenselijkt wordt.

## Bevestiging van management en controle

Voor het meer rationeel-gericht denken zijn bewijzen en feiten belangrijk. Gegevens die aantonen dat niet alleen van onze kant, maar ook van de kant van migranten inspanningen geleverd én verwacht worden. Het is een benadering van migratie die graag bevestigd en bewezen ziet dat onze overheid migratie goed in de hand heeft en onder controle houdt in het voordeel van onze maatschappij.





# CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

## Argumenten i.v.m. taal en economische meerwaarde slaan aan

Binnenin de narratieven slaan vooral de aspecten aan die inzetten op enerzijds taal, wat als een basisvoorwaarde voor migratie/integratie wordt gezien, en anderzijds economische meerwaarde, dat het positieve gevolg van migratie toont. Cijfergegevens en narratieven over armoede daarentegen blijken weinig overtuigingskracht te hebben.

## Narratieven samenbrengen

Verspreid over de huidige hoofd- en subnarratieven zitten er al heel wat goede argumenten en overtuigende aspecten. De 'moveable middle' doelgroep waardeert een combinatie van meer emotionele argumenten met rationele feiten het meest. **Er moet respectvol en op een menselijke manier met migranten worden omgegaan, maar daadwerkelijke integratie is maar mogelijk als ook zij een inspanning leveren en dit via het aanleren van onze taal en de bereidheid bij te dragen aan onze maatschappij.**



# THANK YOU!

## TANJA POLZIN-STERCKX

Senior Client Service Director

---

✉ [Tanja.Polzin-Sterckx@ipsos.com](mailto:Tanja.Polzin-Sterckx@ipsos.com)

☎ +32 478 574 774

## JOLIJN DHEEDENE

Research Executive

---

✉ [Jolijn.Dheedene@ipsos.com](mailto:Jolijn.Dheedene@ipsos.com)

☎ +32 474 34 27 84

**GAME CHANGERS**

