



Nationaal Coördinator
Terrorismebestrijding en Veiligheid
Ministerie van Justitie en Veiligheid

Communicatieadvies

Publiekscommunicatie en gedrag

Bevorderen bewustwording over en naleving van de basisregels

NKC

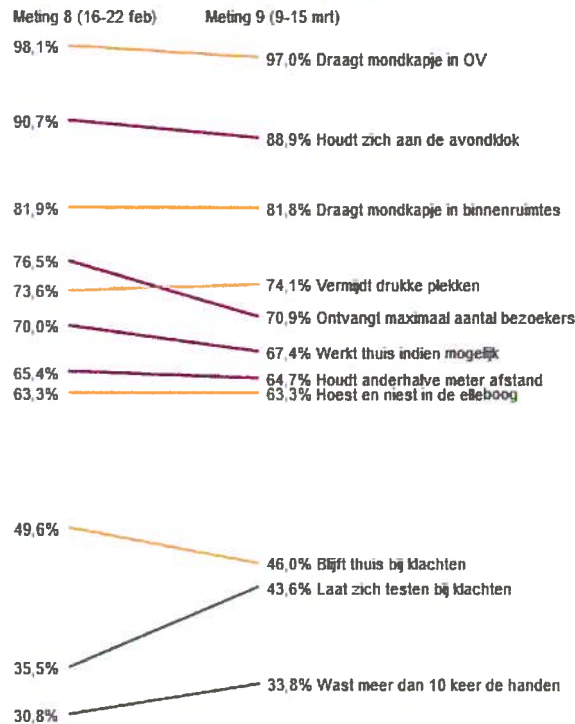
23 maart 2021

NCTV

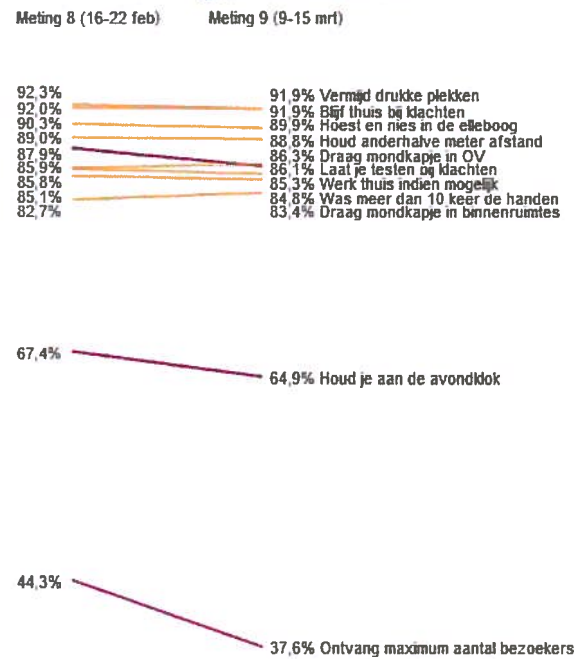


Analyse: draagvlak en naleving

Verandering naleving gedragsregels



Verandering draagvlak gedragsregels



- Naleving daalt bij 4 van de 11 gedragsregels
- Vooral naleving 1 bezoeker daalt
- Naleving stijgt bij testen en bij handen wassen
- Draagvlak daalt bij 3 van de 11 gedragsregels: aantal bezoekers, avondklok en testen bij klachten

Bron: RIVM Corona gedragsunit



Analyse

- › Het naleven van de basisregels blijft, los van (tijdelijke) maatregelen, voor langere tijd nodig om verspreiding van het virus tegen te gaan.
- › Inzicht uit RIVM gedragsonderzoek naar versoepelingen zomer 2020: als er snel en zichtbaar wordt afgeschaald, neemt opvolging van de basisregels direct af met alle gevolgen van dien. Dit gaat samen op met een afname in de ervaren dreiging van het virus.
- › Juist nu snel de meest kwetsbare mensen gevaccineerd worden en de samenleving zich stapje voor stapje meer opent, blijft het naleven van de basisregels van groot belang. Ook als iemand al gevaccineerd is.
- › De weg uit deze crisis is er een waarbij vaccineren, testen (bij klachten en om de samenleving te openen), maatregelen en naleving van de basisregels hand in hand gaan.
- › Advies gedragsunit: kies een heldere 3-slag: bevordert naleving.
- › Advies OMT/RIVM handen wassen, 1,5 meter afstand en testen zijn de basisregels met de meeste winst. Andere basisregels blijven natuurlijk van kracht.



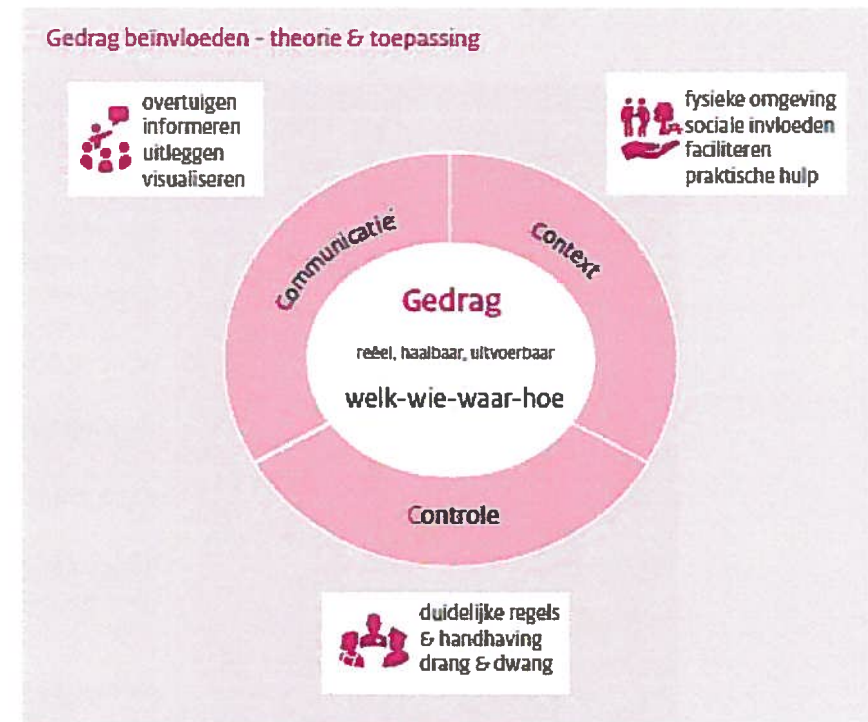
Basisregels: 3 clusters

Cluster	Basisregels	Verdieping
Wassen	Was je handen	Wanneer Hoe
	Hoest en nies in je elleboog	
	Schud geen handen	
	Raak je gezicht zo min mogelijk aan	
	Draag een mondkapje waar dat verplicht is	Waar Hoe
Afstand	Houd 1,5 meter afstand	Wanneer Waar
	Vermijd drukke plekken	Hoe Bereid je voor
	Werk thuis	Wanneer (niet) Hoe
	Beperk je bezoek	
Testen	Laat je testen bij (milde) klachten	Welke (milde) klachten? Afspraak maken
	Blijf thuis als je (misschien) corona hebt	Wanneer Hoe





Advies: intensiveren communicatie basisregels

- > Combinatie van 3 C's is voorwaarde voor effectieve interventies.
- > Advies OMT/RIVM: handen wassen, 1,5 meter afstand en testen en thuisblijven zijn basisregels met meeste effect.
- > Inzicht geven in verspreiding van het virus en wat je zelf kunt doen: de belangrijkste regels zijn makkelijk en ze werken.
- > Basisregels clusteren tot makkelijk te onthouden 3-slag bevordert naleving: Wassen – Afstand – Testen.
- > Breed uitzetten: algemeen en via lokale partners, sectoren en gemeenschappen voor bereiken minder makkelijke doelgroepen.
- > Aanpak die zelfovertuiging en commitment stimuleert: Waarom zijn de basisregels juist nu belangrijk?
- > Naleving basisregels ondersteunen door breder narratief van de NL aanpak: vaccineren + (thuis)testen + basisregels = Alleen samen maken we meer mogelijk.








3 C's interventies: handen wassen

	Bevorderende en belemmerende factoren Inzichten uit RIVM onderzoek	Interventies	Voorbeeld	
 Context Omgeving aanpassen (zowel fysieke als sociale omgeving)	Mensen geven aan het lastig te vinden om de handen volgens de richtlijnen te wassen. Mensen wassen hun handen vaker als het makkelijker is.	Zorg voor toegankelijke en gemakkelijke mogelijkheden om de handen te wassen. ■■ Maak het gedrag makkelijker: reminders door visuele signalen in de omgeving op punten waar gedrag plaats moet vinden. ■	Plek om handen te wassen dichtbij keuken of toilet. Adviseer dat zeep en papieren doekjes makkelijk beschikbaar en zichtbaar moeten zijn in huis om handen wassen makkelijk te maken. Aandachtspunt: gaat uit van een aanwezige positieve intentie om de handen te wassen.	
	De sociale norm (wat ziet men anderen doen?) voor nauwgezet 20 seconden handen wassen is relatief laag, terwijl het draagvlak hoog is. Mensen geven vaker aan hun handen te wassen als zij zien dat anderen in hun omgeving dit ook doen.	Positioneer de locatie om de handen te wassen op een openbare en zichtbare plek. ■■	Plaats de plek om de handen te wassen in het zicht van andere mensen. Aandachtspunt: hiervoor is het belangrijk dat men verwacht dat anderen handen wassen, en ziet dat anderen het doen.	
	Communicatie Mensen geven vaker aan hun handen te wassen als zij denken dat het helpt, als zij het erg zouden vinden om iemand te besmetten en wanneer zij meer emotionele dreiging ervaren (bijz het virus voelt dichtbij, verspreidt zich snel). De meeste Nederlanders lijken of overtuigd dat de maatregel effectief is.	Zet in op sociale normen. ■ Gebruik persuasieve boodschappen met autoriteit en sociaal bewijs: Wat doen en vinden anderen? ■	Maak duidelijk dat de meeste mensen dit een goede en nuttige maatregel vinden. Aandachtspunt: laat zien dat de meerderheid van de mensen zich volgens de norm gedraagt én dat zij de minderheid van de mensen die bewust afwijkt afkeuren. Benadruk op openbare handenwasgelegenheden dat experts of gerespecteerde personen handenwassen aanbevelen, of dat andere mensen correct hun handen wassen. Aandachtspunt: de boodschap moet van een vertrouwde bron komen, bevat argumenten en wordt herhaald.	
 Communicatie		Benadruk de effectiviteit van handen wassen bij thuiskomen en op bezoek gaan. ■ Herinner mensen aan wat belangrijke situaties zijn om handen te wassen. ■ Stimuleer het maken van 'als-dan' plannen. ■	Communiceer dat handen wassen de kans verkleint dat je een naaste besmet. Aandachtspunt: de boodschap moet mensen laten begrijpen hoe handen wassen helpt in het terugdringen van het aantal besmettingen en hoe effectief dat is. Blijf herhalen wat, wie, waar, wanneer, hoe, waarom. Help mensen een plan formuleren als: 'Als ik thuiskom en de keuken binnenloop, dan was ik meteen mijn handen', zodat er koppeling komt tussen de situatie (als ik thuiskom) en het gedrag (handen wassen). Aandachtspunt: hierbij moet men wel al een positieve intentie tot het gedrag hebben.	
	Controle	-	-	-



3 C's interventies: Afstand houden

	Bevorderende en belemmerende factoren Inzichten uit RIVM onderzoek	Interventies	Voorbeeld
 <p>Context Omgeving aanpassen (zowel fysieke als sociale omgeving)</p>	<p>Te drukke plekken zorgen ervoor dat het moeilijker is om afstand te houden. Als het moeilijk is om drukte te vermijden en afstand te houden, doen mensen dit minder.</p>	<p>Drukke beheersen. ■</p>	<p>Reguleer drukte op straat om afstand houden mogelijk te maken, monitor aantallen bezoekers.</p>
		<p>Informeer in 'real time' waar het druk is. ■</p>	<p>Mensen informeren welke plekken wanneer te drukst zijn, en ook waar of wanneer het rustiger is (bijv. via website of app; handelingsperspectief bieden).</p> <p>Aandachtspunt: beschrijf oorzaak en gevolg van verschillende keuzes die persoon nu kan maken (Scenario-based risk information).</p>
		<p>Richt de omgeving zo in dat afstand houden mogelijk en de norm is. ■</p>	<p>Stimuleer de (lokale) overheid, maar ook ondernemers en burgers (op werk en in hun eigen thuisituatie met bezoek) om de omgeving anders in te richten. Richt de omgeving slim in met cues.</p> <p>Aandachtspunt: vereist duidelijk inzicht in waarom men nu geen afstand houdt op straat, wat zijn de barrières?</p>
 <p>Communicatie</p>	<p>Noormate mensen drukte mijden en afstand houden en als minder nuttig zien, doen ze het minder.</p>	<p>Maak nut duidelijk van drukte mijden en afstand houden. ■</p>	<p>Visualiseer de invloed van maatregelen op de verspreiding van het virus om zo het nut te laten zien van de maatregelen.</p> <p>Aandachtspunt: kan worden gerelateerd aan persoonlijke situatie.</p>
	<p>Mensen houden minder afstand van vrienden en familie en gaan er vanuit dat het risico in deze context klein is (ze verwachten dat vrienden/familie niet op bezoek komen met klachten).</p>	<p>Zorg dat men in staat is om drukte te vermijden en afstand te houden. ■</p>	<p>Bied handelingsperspectieven aan (als situatie X zich voordoet, pas oplossing Y toe). Dergelijke vaardigheden en strategieën kunnen met behulp van rolmodellen gedeeld worden.</p> <p>Aandachtspunt: deze geloofwaardige rolmodellen moeten uit verschillende doelgroepen komen en laten zien dat zij barrières hebben ervaren en overwonnen.</p>
	<p>Mensen schatten de sociale norm (mate waarin anderen zich houden aan de drukte vermijden en afstand houden) lager in dan deze lijkt te zijn op basis van gerapporteerd draagvlak en daadwerkelijk gedrag.</p>	<p>Maak duidelijk dat er ook bij bekend- en een besmettingsrisico is (o.a. door aanname dat milde klachten veilig zijn). ■</p>	<p>Help bij herkennen milde klachten. Help mensen bij hoe zij tegen bekenden kunnen zeggen dat ze niet willen dat ze langskomen bij (milde) klachten.</p> <p>Aandachtspunt: zet hierbij voorgenomen intenties in, hoppel gedrag aan waarden die men heeft en maak mensen weerbaar tegen sociale druk.</p> <p>Legitimeer de rol waarin men zelf verantwoordelijkheid neemt.</p>
 <p>Controle</p>	<p>Te drukke plekken zorgen ervoor dat het moeilijker is om afstand te houden.</p>	<p>Maak duidelijk wat de daadwerkelijke sociale norm is. ■</p>	<p>Ontkracht misconcepties over de sociale norm door de daadwerkelijke (positievere) norm te communiceren.</p> <p>Maak mensen bewust dat wat men op drukke plekken ziet, niet de norm is (veel willen liever niet in drukte zijn én veel vermijden die drukte).</p> <p>Aandachtspunt: laat zien dat de meerderheid van de mensen zich volgens de norm gedraagt én dat zij de minderheid van de mensen die bewust afwijkt afheuren.</p>
		<p>Beheers drukte via handhaving en controle. ■</p>	<p>Handhaven en controleren, reguleer toestroom en/of bezoekersaantallen.</p>



3 C's interventies: testen en thuisblijven

	Bevorderende en belemmerende factoren	Interventies	Voorbeeld			
Context Omgeving aanpassen (zowel fysieke als sociale omgeving)	Logistische redenen worden door 10% van de mensen genoemd als reden om niet te testen (bereikbaarheid testlocatie, beschikbare tijdstippen voor een afspraak).	Maak (duidelijk dat) testen sneller en dichterbij huis (kan) dan voorheen. ■	Maak (duidelijk dat) testen sneller en dichterbij huis (kan) dan voorheen, en dat de uitslag ook snel bekend is. Aandachtspunt: gebruik concrete informatie passend bij de doelgroep (woeg, wanneer testen).	Communicatie	Maak de effectiviteit van (zo vroeg en snel mogelijk) testen duidelijk. ■	Gebruik visueel communiceren waarom het zo snel mogelijk testen en isoleren bij klachten zo belangrijk is en hoeveel besmettingen dat op termijn kan schelen. Aandachtspunt: gebruik herkenbare beelden die als analogie kunnen dienen bij dit meer onbekende gedrag. Leg uit dat direct laten testen helpt om je te isoleren en het virus dus niet door te geven aan vrienden, familie en collega's. Elke tijdig opgespoorde besmetting kan zo een heel groot aantal besmettingen over 3 maanden voorkomen. Communiceer ook terug aan de bevolking hoeveel besmettingen er inmiddels testen, BCO en isoleren zijn voorkomen. Aandachtspunt: maak de feedback het liefst individueel , koppel het aan de keuzes/ het gedrag over de tijd en maak het specifiek.
Communicatie	In februari gaf 37% als reden om niet te testen dat zij heel milde klachten hadden, en dat 24% hun klachten nog even wilden aanpakken, of hun kans op besmetting met het coronavirus klein vonden (27%).	Help bij het kunnen herkennen van klachten. ■	Benadruk dat veelvoorkomende (winterse) verkoudheidsklachten, zoals een loopneus, ook symptomen van COVID-19 kunnen zijn en dat testen uitsluitend kan geven. Aandachtspunt: beschrijf de symptomen <i>los</i> om ze beter te helpen onthouden en relateer ze aan de ziekte. Leg uit dat als men eerder negatief getest is met vergelijkbare klachten, dit niet betekent dat latere klachten ook geen COVID-19 kunnen zijn.		En klein deel van de mensen vindt dat een test doen hen niet genoeg op zou leveren.	
		Maak duidelijk dat ook milde klachten coronasymptomen kunnen zijn en dat zo snel mogelijk later testen in het geval van het coronavirus beter is dan afwachten. ■	Informeert dat 1/10 van geteste mensen besmet blijkt en dat er dus een reële kans is dat mensen met milde klachten wél besmet zijn. Informeert dat men het meest besmettelijk is op het moment dat men klachten krijgt en dat 'even aanzien' – hoe logisch ook in andere situaties – bij COVID-19 niet de juiste aanpak is. Aandachtspunt: na de confrontatie met dit risico moet direct een manier worden geboden om het probleem op te lossen: testen. Benadruk dat het lastig is om zelf te bepalen of een klacht duidt op een COVID-19 besmetting of door een onderliggende aandoening komt. Aandachtspunt: de oorzaak en het gevolg van deze keuze moeten aantrekkelijk zijn voor de persoon. Het meest effectief is als mensen zelf het scenario schetsen.		92% zou het (heel) erg vinden om het virus door te geven aan iemand anders. ■	Benadruk de collectieve, en niet de individuele motivatie om te testen. ■
		Houd testen op de agenda van de gewone burger. Elke week hebben andere mensen klachten: een effectief communicatiemoment kan een cue zijn tot testen. ■	Blijf aandacht vragen voor testen Overweeg regelmatige reminders en/of het opsturen van een aantrekkelijke informatieposter die mensen thuis op kunnen hangen die als cue kan dienen. Aandachtspunt: vereist positieve intentie.	Het blijft voor veel mensen lastig om de inschatting te maken wanneer testen nodig is en symptomen kunnen duiden op COVID-19. ■	Zorg dat regels helder en duidelijk zijn. ■	Benadruk veelvoorkomende (winterse) verkoudheidsklachten, zoals een loopneus, ook symptomen van COVID-19 kunnen zijn en dat testen uitsluitend kan geven. Aandachtspunt: beschrijf de symptomen <i>los</i> om ze beter te helpen onthouden en relateer ze aan de ziekte.



Redeneerlijn basisregels: waarom juist nu?

- > Het virus verspreidt zich via contact. Als iedereen zich aan de basisregels houdt, ook als men gevaccineerd is, neemt de verspreiding van het virus en dus het aantal besmettingen af.
- > Deze afname hebben we in het voorjaar 2020 gezien. De lijn daalde toen heel snel.
- > Die daling was vooral te danken aan afstand houden, handen wassen en thuisblijven bij klachten.
- > Nu ook grootschalig testen, mondkapjes en vaccineren als extra interventies.
- > Juist nu snel de meest kwetsbare mensen gevaccineerd worden en de samenleving zich stapje voor stapje meer opent, blijft het naleven van de basisregels van groot belang. Ook als iemand al gevaccineerd is.
- > De weg uit deze crisis is er een waarbij vaccineren, testen (bij klachten en om de samenleving te openen), maatregelen en naleving van de basisregels hand in hand gaan.
- > Dan is er sneller meer mogelijk.



Concreet: wat, wanneer en hoe

- › Vanaf 23 maart: start gefaseerde communicatie intensivering basisregels: in speech en overige publiekscmmunicatie 3-slag stapsgewijs toevoegen
- › 4 animaties 20 seconden (basisverhaal (hoe werkt besmetting en waarom basisregels) + per cluster basisregel)
 - Betaald en forced (video kan niet weggeklikt of uitgezet worden)
 - 24-3: basisverhaal op videokanalen Talpa, STER, RTL
 - Vanaf 30-3 uitgebreid met video per cluster basisregel (handen wassen, afstand houden, testen en thuisblijven) op videokanalen Talpa, STER, RTL
 - Looptijd tot eind mei
- › Online bannering (4 stuks)
 - Basisregels per cluster contextgerelateerd geplaatst op landelijke nieuwssites
 - Vanaf 23 maart tot eind mei
- › Social posts animaties
 - Vanaf 23 maart tot medio mei
 - Betaald en onbetaald
 - Wifi/geotargeted
 - Maatregelen visuals persconferenties
 - Visual per basisregel: verdiepende info
- › Vanaf 23 maart: Toolkit voor regionale en lokale partners, sectoren en gemeenschappen (bevat video's, banners, social posts, visuals, HAH advertentietekst: in diverse talen, ook laaggeletterden)
- › Vanaf 24 maart: Inzet experttafels lokale samenwerking speciale doelgroepen (migratieachtergrond, lage SES, laaggeletterden) voor verhogen bereik inzet basisregels, ook in aanloop naar en tijdens Ramadan*
- › Radiospots testen en thuisblijven: maanden maart en april op publieke en commerciële radiozenders en online via Spotify
- › TV spots testen en thuisblijven: vanaf 27 maart tot eind april roulerend op kanalen STER, Talpa, AD Alliance
- › Jongerencampagne (Hearst Media, VICE, Slam FM, FunX, StukTV, Scholieren.com)
- › Rijksoverheid.nl/corona



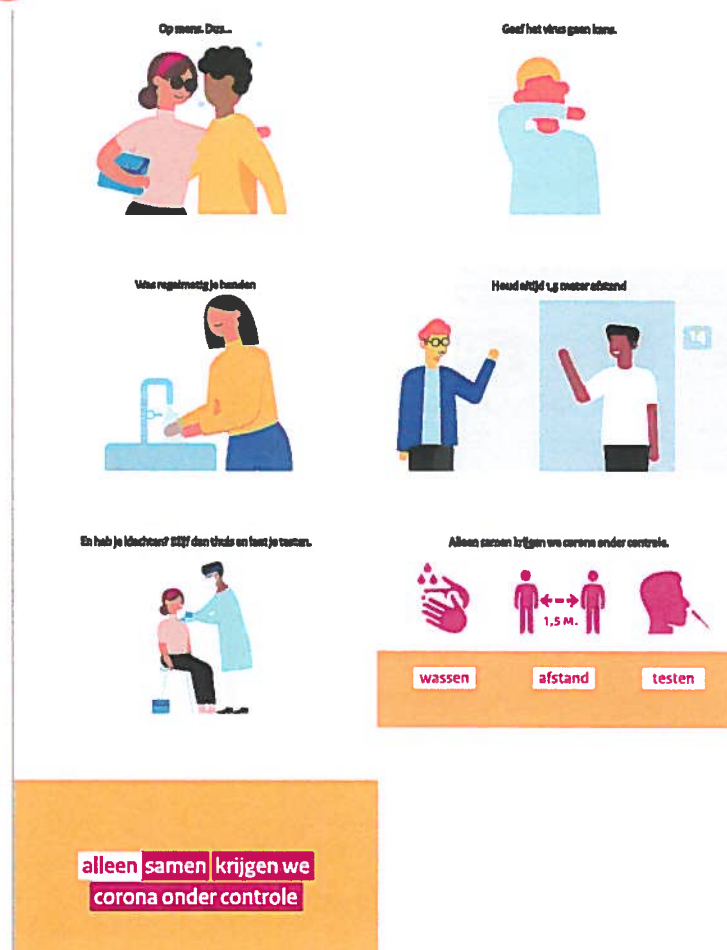
Voorbeelden uitwerking: banners

The banners are organized into three rows and six columns. Each banner includes a small logo in the top left corner and a call to action at the bottom.

- Row 1:**
 - Column 1: "Geef corona geen kans" with icons for Wassen, Afstand, and Testen.
 - Column 2: "Wassen", "Afstand", and "Testen" icons.
 - Column 3: "alleen samen krijgen we corona onder controle".
 - Column 4: "Geef corona geen kans" with icons for Wassen, Afstand, and Testen.
 - Column 5: "Testen" icon and "Heb je milde klachten?".
 - Column 6: "Testen" icon and "Laat je direct testen en blijf thuis.".
 - Column 7: "alleen samen krijgen we corona onder controle".
- Row 2:**
 - Column 1: "Geef corona geen kans" with icons for Wassen, Afstand, and Testen.
 - Column 2: "Wassen", "Afstand", and "Testen" icons.
 - Column 3: "alleen samen krijgen we corona onder controle".
 - Column 4: "Geef corona geen kans" with icons for Wassen, Afstand, and Testen.
 - Column 5: "Wassen" icon and "Was vaak je handen. Zo besmet je niemand.".
 - Column 6: "alleen samen krijgen we corona onder controle".
- Row 3:**
 - Column 1: "Geef corona geen kans" with icons for Wassen, Afstand, and Testen.
 - Column 2: "Afstand" icon and "Houd altijd 1,5 meter afstand.".
 - Column 3: "Afstand" icon and "Zo besmet je niemand.".
 - Column 4: "alleen samen krijgen we corona onder controle".



Voorbeeld uitwerking: animatie 1





Voorbeelden uitwerking: maatregelen

21 maart 2020

Rijksoverheid

Geen ruimte voor versoepeling lockdown

Het aantal coronapatienten is te hoog, dat geldt ook voor het aantal samenkomsten.
We zitten in een derde golf en **blijven daarom lat en met 1e april in lockdown**.

Waken - Was vaak je handen
- Proef en voel je je
- Afdruk

Afstand - Hou 1,5 meter afstand
- In het drukke Leidsche
- Weg

Testen - Check of jij in
- contact bent
- Laat je testen.

Algemeen

- **Aanvaldich** in buis 7.00 uur en
• 9.30 uur tot 16.00 uur
- **Draag een mondkapje** waar ook
verplicht is.

Ontmoetingen

- **Ontvang** 1000 maximaal personen
per dag met maximaal 100 in je huis
- **Ca. 1000** in een per dag op het openbaar
- **Buiten** groep van maximaal 10 personen
of 10 huishoudens

Werk

- **Werk thuis**, tenzij het niet anders
kan

Vervoer en reizen

- **Stijf** over de mogelijkheden thuis
- **Reis alleen** met het of een voor
essentiële zaken
- **Alf in Nederland** en reis naar
het buitenland geen 14 dagen

Winkelen en boodschappen

- **Alf-essentiële winkels** dicht,
buiten of open in openbare
locaties van boodschappen mogelijk
- **Essentiële winkels** zoals
supermarkten, groenwinkels en
drukkerijen open
- **Car-wash** kan maximaal 10
auto's

Horeca en evenementen

- **Kaf- en evenementen** dicht,
afzeker en beschermen het
terrein
- **Evenementen** verboden

Publiek toegankelijke locaties

- **Open** andere musea, bibliotheken
en dierentuinen dicht

Contactbepalen

- **Contactbepalen** zoals bezorgers
of processen mogelijk

Onderwijs en kinderopvang

- **Veren** onderwijs, en kinderopvang
open
- **Montage** onderwijs en niet
geestelijk open
- **Onderwijs** op afstand voor
het openbaar
- **Buitenschoolse** opening dicht

Sport

- **Ten** in jaar groenwinkels sporten
buiten eventueel toegestaan
- **Van** 10 jaar 1000 per jaar
groenwinkels sporten onder
toezicht van groenwinkels op
openbare locaties buiten of op
andere locaties buiten, op afstand
of in openbare groenwinkels
- **Vanaf** 17 jaar sporten met maximaal
4 personen of 1,5 meter afstand
toegestaan op openbare locaties
binnen of buiten of in openbare
locaties
- **Openbare** locaties binnen
dicht, tenzij voor sporten met
1000 per 1000

alleen samen krijgen we corona onder controle

Locaties en vervoer en
overstapen en controle
of het 1000 (10)





Voortgang gedragstrajecten DGSC-19

