



Communicatie COVID-19

Jongeren campagne (12-34 jaar)

5.1.2e



Aanpak

- › Voor en door jongeren
 - Klankbordgroep jongeren (idee gepresenteerd in het Catshuis) en jongerenvertegenwoordigers (o.a. NJI, NJR en Expex)
 - Jongeren met eigen verhalen en quotes in de campagne
- › Inspirerend → tips en adviezen
- › Aansluiten bij de belevingswereld van jongeren → herkenbare situaties
- › Tone-of-Voice: positief, perspectief en hulp bieden
- › Samenwerken met mediapartijen die populair zijn onder jongeren
- › Start campagne: najaar 2020



Doelgroep

- > Verschillende doelgroepen m.b.t. media/middelen inzet
 - Scholieren 12-18 jaar
 - (Internationale) studenten
 - Bi-culturele jongeren
 - Jongeren van 18-34 jaar



Thema's

Onderstaande thema's komen in verschillende middelen en media terug. Met de diverse mediapartijen kan snel ingespeeld worden op actualiteiten qua onderwerp en doelgroep.

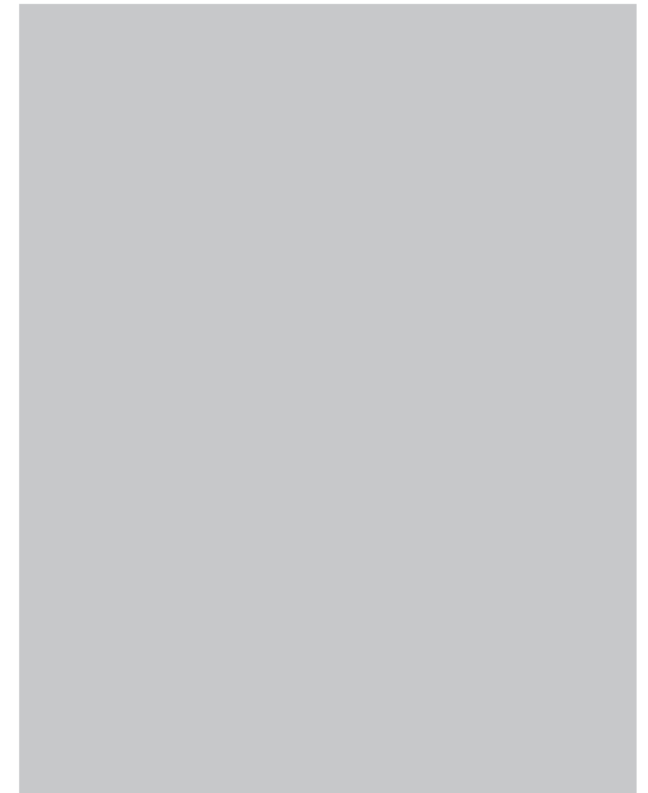
De thema's zijn onder te verdelen in:

- > **WAT:** wat zijn de maatregelen
 - > **EFFECT:** welke negatieve effecten brengt dat met zich mee
 - > **HOE:** hoe kan je dan het beste de maatregelen naleven
-
- > 1,5 meter afstand
 - > Vermijd drukte
 - > Quarantaine
 - > Mondkapjes
 - > Mentale gezondheid
 - > Eenzaamheid
 - > Testen
 - > Fysieke gezondheid
 - > Thuiswerken
 - > Thuisblijven
 - > CoronaMelder-app
 - > Besmettingsrisico
 - > Feestdagen
 - > Avondklok



Scholieren 12-18 jaar

- > Insteek: persoonlijke motivaties van jongeren om zich aan de maatregelen te houden op school.
- > Media: Instagram, Facebook, Snapchat en Schoolboards
- > Variant van campagne 'Daar doe ik het voor'

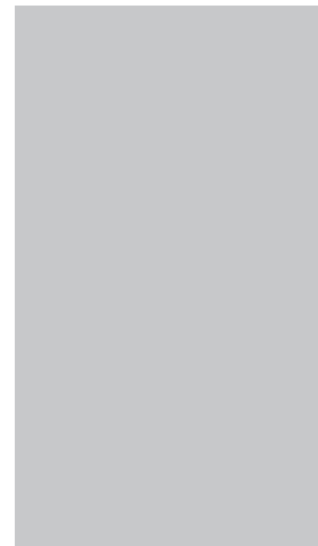
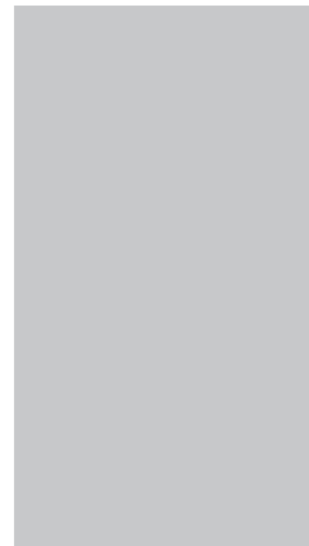
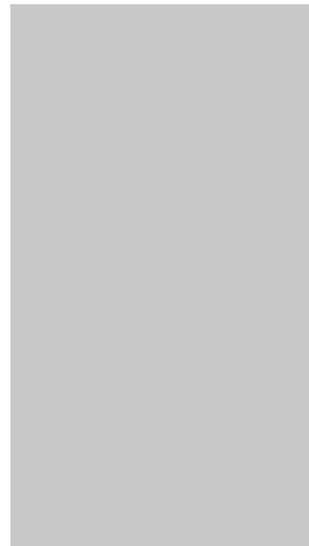
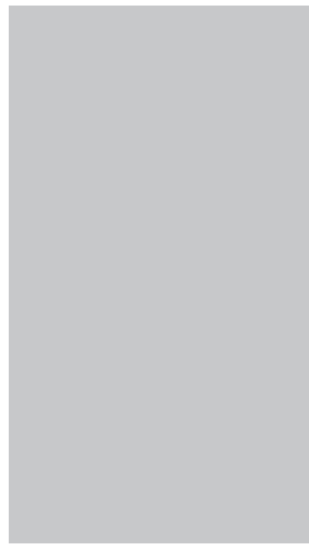
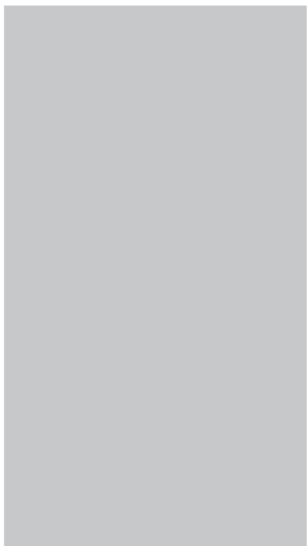




Scholieren 12-18 jaar

5.1.2e

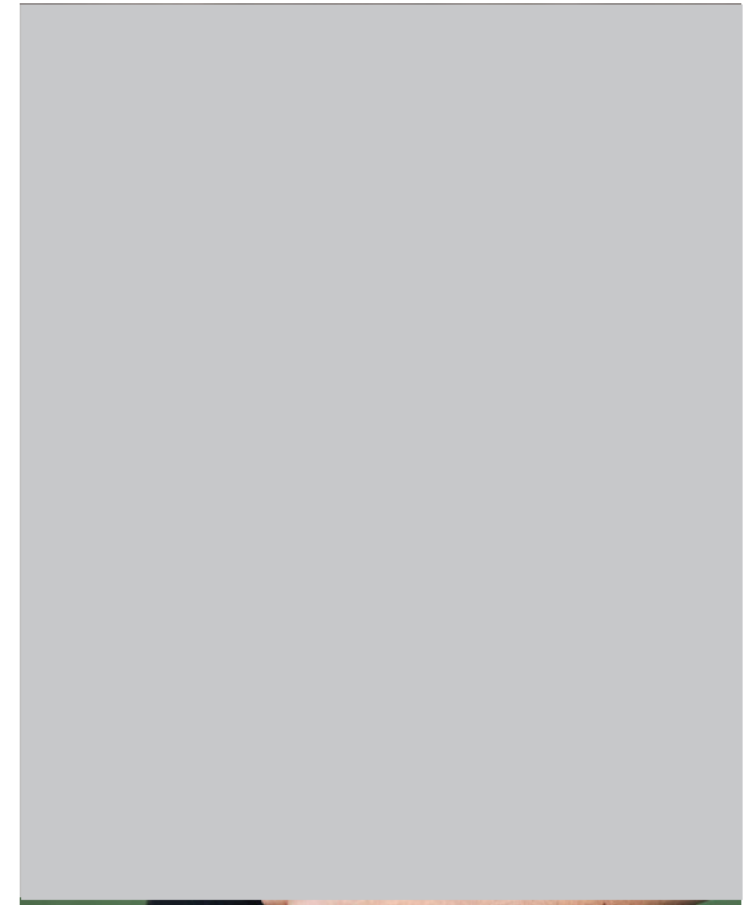
- > Media: TikTok
- > Ontwikkeld door VWS voor de onderwerpen quarantaine en de CoronaMelder-app





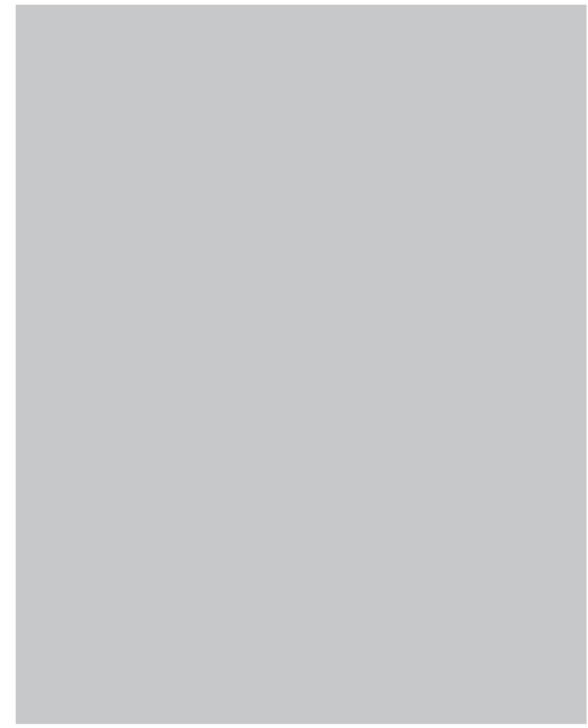
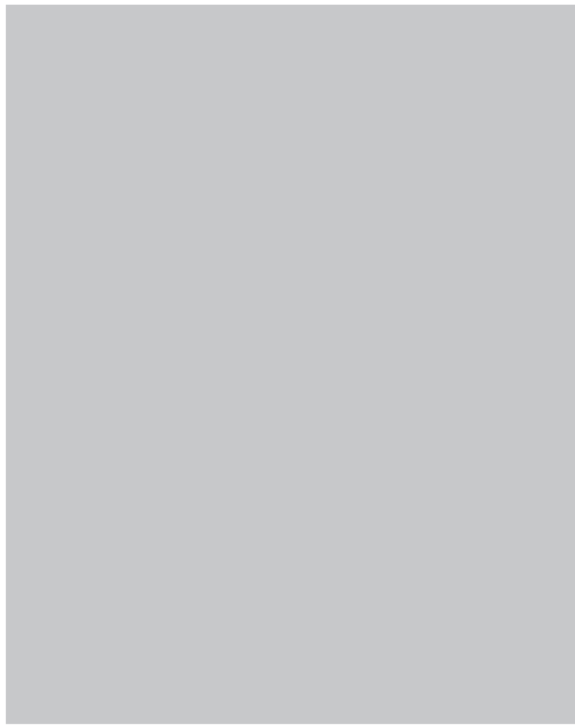
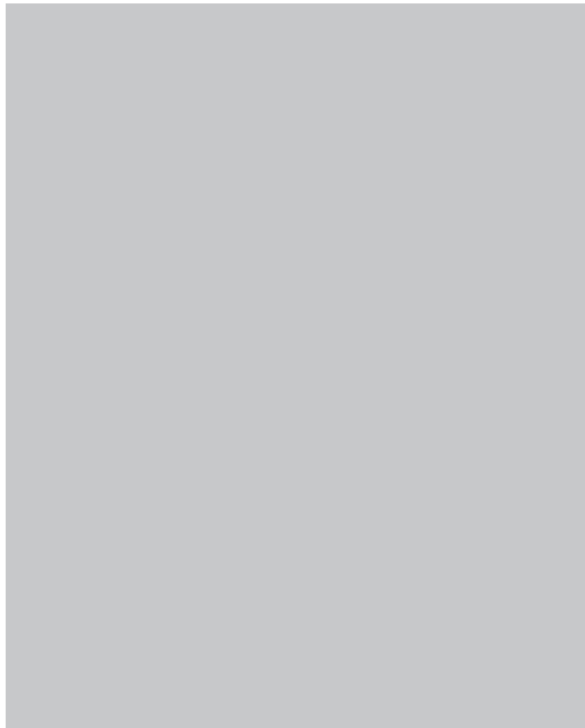
(Internationale) studenten

- › Insteek: Hoe voorkom je eenzaamheid?
- › Media: Verspreiding via netwerken, waaronder:
 - Studenten sportkoepels (die het verspreiden onder studentensportverenigingen)
 - Universitaire sportcentra en aangesloten HBO-steden
 - Deelnemers (24 sporters uit 16 steden) die op de foto staan (vereniging, dispuut etc.)
- › Voor internationale studenten vertaald in het Engels
- › Variant van campagne 'Daar doe ik het voor'





Facebook video

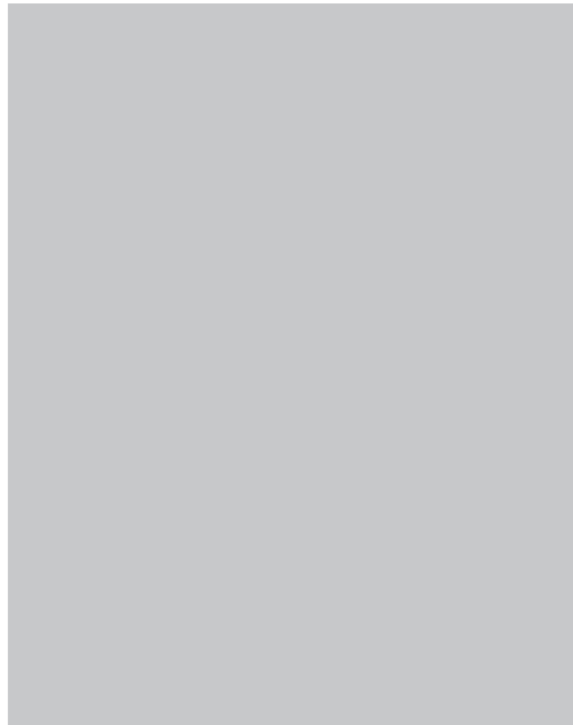


5.1.2e



Facebook video - Internationale studenten

5.1.2e





Bi-culturele jongeren

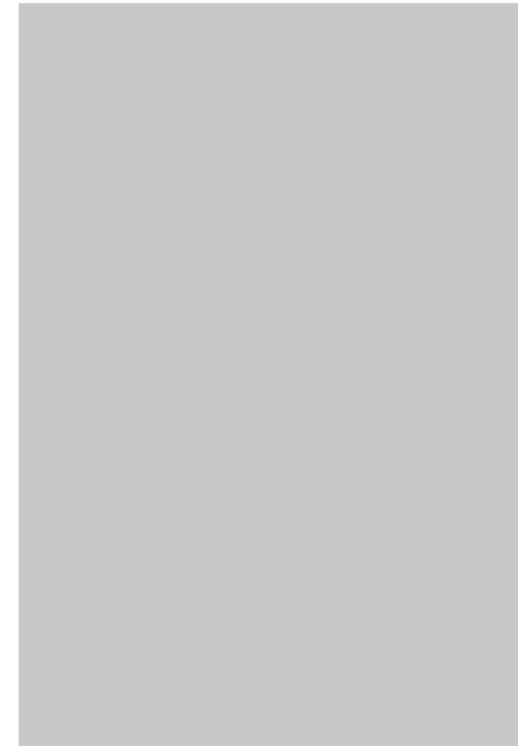
- › Media: FunX (radiocommercials) en Transcity (video's)
- › Transcity: gemaakt voor en door (1^e generatie) niet-westerse migranten. Voor de onderwerpen quarantaine en besmettingsrisico in huis.
- › Funx: wordt goed beluisterd door jongeren met een migratie-achtergrond vooral in de grote steden. Alle thema's zijn door FunX belicht. Ook hebben we via FunX jongeren opgeroepen om hun ouders/grootouders over de diverse maatregelen te informeren. De commercials worden bovengemiddeld goed gewaardeerd, blijkt uit het campagne-effect onderzoek.





Jongeren van 18-34 jaar / daar doe ik het voor

- > Insteek: persoonlijke motivaties van jongeren om je aan de maatregelen te houden
- > Media: Facebook, Instagram, Snapchat en Digitale abri's
- > Toolkit voor gemeenten → succesvol geadapteerd door gemeenten met lokale jongeren en rolmodellen



5.1.2e



Jongeren van 18-34 jaar / daar doe ik het voor



5.1.2e



Jongeren 18-34 / Hearst

- > Titels: Cosmopolitan, Vogue en Glamour
- > Media: Website, Facebook, Instagram, nieuwsbrief
- > Bereik: 292.526 article views, 5.328.946 weergaven op social en 136.206 video views
- > Aantal titels van artikelen:
 - Cosmopolitan: Fijn: al jullie prangende vragen over de CoronaMelder-app beantwoord door de maker zelf
 - Vogue: Treat yo'self! Met Vogue's quarantaineplanning verandert thuisblijven in de ultieme staycation
 - Glamour: 11 coronaproof party-ideeën om met een knal 2020 uit te gaan





Jongeren van 18-34 jaar / Cosmopolitan

- > Artikelen gepromoot op Facebook



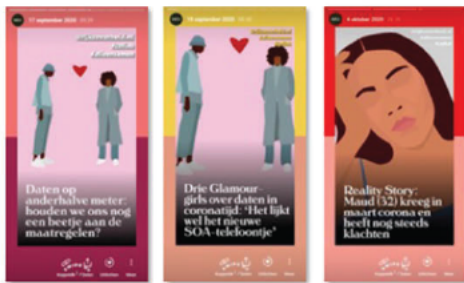
5.1.2e



Jongeren van 18-34 jaar / Glamour

- › Artikelen gepromoot op Instagram

5.1.2e



H E A R S T



Jongeren van 18-34 jaar / Vogue

- > Artikelen gepromoot op Facebook



5.1.2e



Jongeren van 18-34 jaar / VICE

- > Media: Website, Facebook, Instagram, Snapchat en Youtube
- > VICE is een crossmediale online lifestyle uitgever. Op het platform is diverse content te vinden over verschillende onderwerpen. Door middel van video's, podcasts en geschreven content worden jongeren dagelijks geïnformeerd.
- > Bereik: 2.310.622 video views, 5.103.974 social impressions, 25.304 website views en 67.115 article views

Product Overview

Please see a clear overview of the formats used to activate the content.

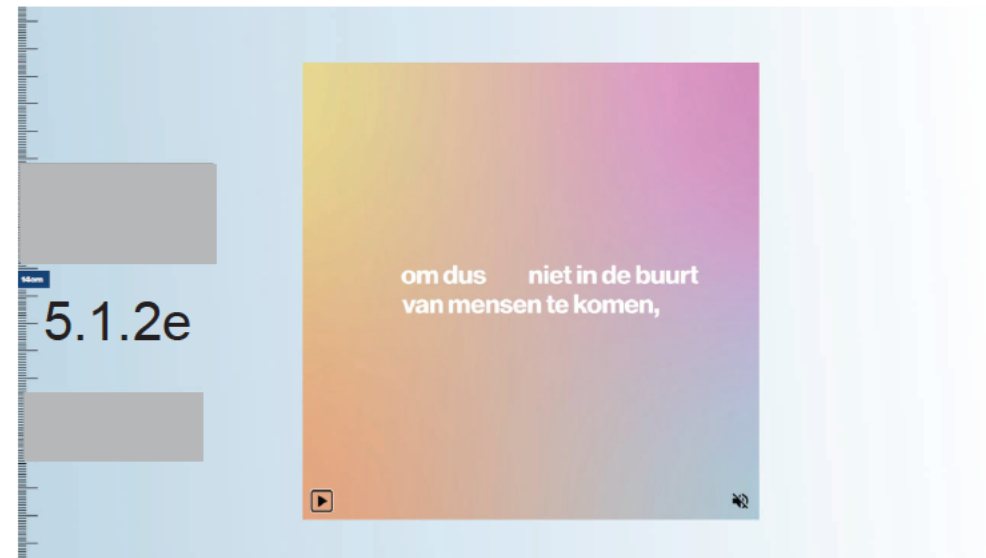




Jongeren van 18-34 jaar / VICE

- Video's en 1,5 meter aan redenen om afstand te houden <https://1-5-meter.vice.com/>

Iedereen is klaar met corona, maar helaas is het virus nog niet klaar met ons. Daarom geven we je anderhalve meter aan redenen om anderhalve meter afstand te houden.





Jongeren van 18-34 jaar / VICE

> Artikelen gepromoot op Facebook

VICE Nederland Gesponsord ·

De nieuwe maatregelen zijn niet waar we op gehoopt hadden, maar het blijft van groot belang om je aan de regels te houden. Ook als je geen contact hebt met kwetsbare mensen. - met Rijksoverheid




VICE.COM
Waarom we juist nu vol moeten houden [MEER INFORMATIE](#)

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen

VICE Nederland 12m ·

Hoe hou je vol, als er weinig concreets aan de horizon gloort, en je studie, carrière, of mentale gezondheid wankelen? - met Rijksoverheid




VICE.COM
Waarom het voor jongeren moeilijker is om zich aan de richtlijnen te houden [Learn More](#)

Like Comment Share

Comment as VICE Nederland

VICE Nederland Published by Rosalie van der Harst · 26m ·

Martijns opa was beresterk, maar toen zijn klachten begonnen was het in twee dagen voorbij. Zijn oma was de enige die naar binnen mocht om een laatste keer bij hem te zijn. - met Rijksoverheid



VICE.COM
Door corona kon ik geen afscheid nemen van mijn opa
Originele verhalen en documentaires over alles wat ertoe doet in de wereld.

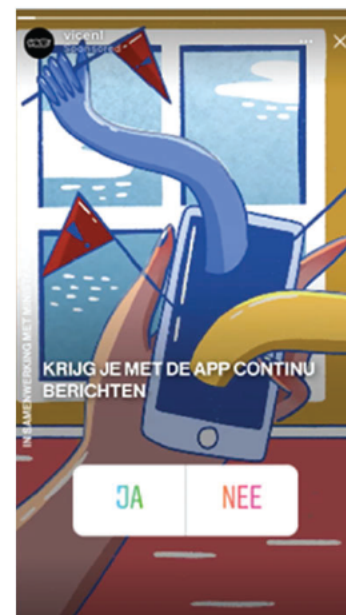
Like Comment Share

Comment as VICE Nederland



Jongeren van 18-34 jaar / VICE

- › Misvattingen over de CoronaMelder-app in Instagram stories





Jongeren van 18-34 jaar / VICE

- > Artikelen gepromoot op Facebook

5.1.2e

VICE Nederland
35m · 🌐

"Wij doen dit jaar een 'weeskinderkerst'. Omdat we niet naar onze familie kunnen, koken we met twee vrienden allemaal iets uit onze eigen cultuur." - met Rijksoverheid

VICE.COM
We vroegen jongeren op straat hoe zij de feestdagen gaan vieren
Originale verhalen en documentaires over alles wat ertoe doet in de wereld.

👍 Leuk 💬 Opmerking plaatsen ➦ Delen

Schrijf een opmerking...

vicens • Volgend

vicens Verplicht thuiszitten is de ideale gelegenheid om je eindelijk eens met volle toewijding in een onderwerp te verdiepen, zoals het werk van Sartre, of kaas. - met Rijksoverheid

4 🍷

🍷 Als eerste leuk vinden.
4 UUR GELEDEN

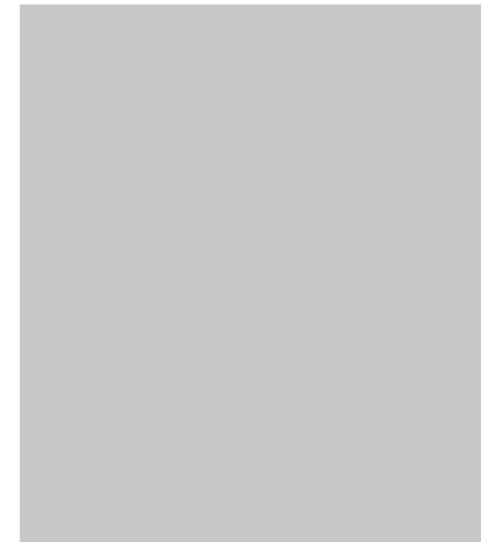
Een opmerking toevoegen... Plaatsen



Jongeren 18-34 jaar / SLAM!

5.1.2e

- > Media: radio, SLAM! TV, Youtube en Instagram
- > Serie met 8 sketches.
- > De serie bestaat uit humoristische sketches waarin wordt getoond hoe je nu/in coronatijd, in bepaalde situaties kunt gedragen. Denk aan situaties als daten, je verjaardag vieren, voetbal kijken met vrienden, thuiswerken/thuis studeren en op bezoek gaan bij je oma.
- > Instagram story is viral gegaan op Dumpert en daardoor meer dan 250.000 views.





Groots online thuisfestival - Goodbye2020

- > Follow the Beat heeft een groots livestreamfestival georganiseerd, met meer dan 40 streams.
- > Het festival duurde van 17.00 tot 05.00 uur en was gratis vanuit je huiskamer te bezoeken.
- > Gepromoot via de media, de optredende artiesten en stakeholders.
- > Meer dan 650.000 kijkers





Op de planning

- > Voortzetten samenwerking met alle mediapartijen. Op korte termijn de volgende onderwerpen: thuisblijven, thuiswerken, vaccineren, de basismaatregelen en de avondklok.
- > Vanuit 'Aandacht voor elkaar'/een klein gebaar: de initiatieven voor jongeren, met name de verhalen over mentaal welzijn (tegengaan eenzaamheid, somberheid etc), beter uitlichten (bijv via RO.nl of sociale media)
- > Nieuwe klankbordgroep samenstellen voor een frisse blik
- > De scholierencampagne van OCW rondom te maatregelen krijgt mogelijk een vervolg, zowel in de vorm van de verspreide afbeeldingen / posters als via een aanvullende route via TikTok. We zijn hiervan in afwachting van budget en verder nieuws over het heropenen van de scholen.
- > OCW gaat binnenkort via scholen richting ouders / jongeren communiceren over de proef rondom sneltesten in het VO. Daar worden momenteel animaties en aanvullende visuals voor ontwikkeld.
- > Onderzoek/inventarisatie ontwikkeling campagne voor 12-18 jarigen
- > Vervolg met studentensportkoepels zodra de maatregelen versoepelen. Over problemen omtrent het naleven van de maatregelen na het sporten en tijdens wedstrijden en toernooien.



Op de planning

- › Intensivering campagne over quarantaine
 - Campagne i.s.m. DPG media ('Coronaconflict')
 - Biedt erkenning voor de conflicten die jongeren (15-25 jr) ervaren met de coronamaatregelen (focus op quarantaine) en geeft oplossingen hiervoor
 - Visuals en filmpjes worden gelanceerd op het grootste jongerenplatform van Nederland; scholieren.com en via verschillende social kanalen
 - Campagne i.s.m. BV Jong (Koepelorganisatie jongerenwerkers)
 - Jongerenwerkers kunnen zelf filmpjes maken met jongeren en/of jongeren kunnen spontaan filmpjes maken (via eigen middelen) waarin ze uitleggen/weergeven/rappen over (alles is mogelijk) hoe zij omgaan met coronamaatregelen
 - In ontwikkeling; samenwerking met NOC NSF
- › Samenwerking met FIFA scheidsrechter

5.1.2e