

## Notitie

Van (10)(2e) PBL), (10)(2e) (SCP), (10)(2e) (CPB)  
 en (10)(2e) (RIVM)  
 Voor Directeuren CPB, PBL, SCP, RIVM  
 Project Mediastrategie advies 1 planbureaus/RIVM  
 Datum 25 mei 2020

### 1. INLEIDING

Het kabinet heeft het SCP, CPB, PBL en RIVM gevraagd te adviseren over de gevolgen van de coronacrisis. Meer specifiek hebben zij het verzoek gekregen in de loop van mei advies te geven over de punten die naar hun mening maatschappelijk het meest urgent zijn. Verder vraagt het kabinet op korte termijn advies over hoe voorkomen kan worden dat iedereen in de komende maanden weer tegelijk gebruik maakt van het OV of de auto.

Deze mediastrategie heeft betrekking op het eerste advies (de meest urgente punten). De mediastrategie heeft tot doel om 1) – in het kader van transparantie – het Nederlandse publiek en stakeholders te informeren over de inhoud van het advies 2) duiding en uitleg te geven bij dit eerste advies.

### 2. SPREEKLIJN EN KERNBODSCHAP

De spreeklijn van het advies luidt als volgt:

#### - KERNBODSCHAP

*Ons belangrijkste advies is dat het kabinet bij het herstelbeleid van de coronapandemie - dat zowel gaat over het te boven komen van de crisis als over een herinrichting van Nederland - moet uitgaan van een breed perspectief op welvaart. Hierbij is de economie belangrijk, maar het gaat dan ook om zaken als gezondheid, veiligheid, de toegankelijkheid van voorzieningen, leefomgeving en sociale gelijkheid. Ons advies is om - sneller dan al gebeurde - op deze brede welvaart te sturen om te voorkomen dat economische sectoren, bevolkingsgroepen of de gestelde klimaatdoelen op achterstand raken. Het is namelijk niet vanzelfsprekend dat we weer een krachtige economie krijgen waarin iederéén meeprofiteert, dus ook de kwetsbaren in onze samenleving. En het is niet vanzelfsprekend dat we straks kunnen genieten van een gezonde leefomgeving. Het pakt niet vanzelf goed uit. Daarom moeten, op basis van wetenschappelijke kennis, ook de ongemakkelijke vragen worden gesteld op een breed scala van terreinen: over economische bedrijvigheid en duurzaamheid, gezondheid, veiligheid, de toegankelijkheid van voorzieningen, het gebruik en de inrichting van onze leefomgeving en sociale ongelijkheid en een rechtvaardige verdeling van dit alles. Vanuit dit brede welvaartspectief adviseren wij het kabinet bij het herstel van Nederland. Als planbureaus kunnen wij eraan bijdragen dat het 'nieuwe normaal' niet de anderhalve metersamenleving wordt, maar dat het perspectief een duurzame samenleving en economie is.*

- Dan nog wat inhoudelijke punten uit ons advies.

- Net als de tijdelijke werkgroep Sociale Impact voor Kwetsbare Groepen en de SER-denktank wijzen wij het kabinet op de kwetsbare groepen in onze samenleving. Het risico bestaat dat de groepen die veelal het minst hebben geprofiteerd van de sterke economie van de

afgelopen jaren, nu ook als eerste worden geraakt door de coronapandemie. Tegelijk raakt deze crisis iedereen en zijn er ook nieuwe kwetsbare groepen ontstaan. Bijvoorbeeld zzp-ers met een middeninkomen die door het wegvallen van opdrachten nu in de financiële problemen komen. Tussen al deze groepen zitten belangrijke verschillen. We vragen het kabinet daarom goed te kijken naar de verschillen tussen al deze oude en nieuwe kwetsbare groepen en hier bij het maken van nieuw beleid rekening mee te houden.

- Wij zien ook dat allerlei coronamaatregelen van invloed zijn op de keuzevrijheid, rechten en plichten van burgers, bedrijven en overheden. Hier is geen sprake van een 'nieuw normaal'. Het is daarom belangrijk dat het kabinet hier steeds helder over communiceert. Als structureler thuiswerken wordt opgelegd dan raakt dat de keuzevrijheid van burgers en bedrijven en is het van belang de verantwoordelijkheden, plichten en rechten van mensen steeds expliciet te maken. Ook als dat tijdelijke maatregelen betreft.
- Ook vragen we het kabinet om de mensen in Nederland een realistisch perspectief te bieden. Woordgebruik is hierbij belangrijk. Een term als 'het nieuwe normaal' is onwenselijk. Het suggereert dat de maatregelen die het kabinet nu neemt een structureel karakter hebben of een eindsituatie zouden zijn. Dat het feit dat opa's en oma's hun kleinkinderen niet zien iets is dat straks de gewoonste zaak van de wereld is. Of dat in de zorg sociaal contact ontbreekt. Dat multi-probleemgezinnen geen of weinig ondersteuning in de jeugdzorg meer hebben. Dat zet het draagvlak voor maatregelen – zeker op termijn - onder druk, omdat de mensen niet naar zo'n soort samenleving toe willen en kunnen.
- Verder wijzen we er het kabinet op dat de coronapandemie – ondanks het grote leed dat het veroorzaakt – ook mogelijkheden biedt om onze lange termijn doelen sneller te realiseren. Zo zien we bijvoorbeeld dat grote groepen Nederlanders geen zekerheden meer ontlend aan werk als het even tegen zit. Redenen hiervan zijn o.a. dat de arbeidsmarkt uit steeds meer zelfstandigen bestaat en werknemers en werkgevers nog lang niet altijd bezig zijn om 'een leven lang leren' in de praktijk vorm te geven. Ons advies is daarom, om tegen de achtergrond van deze crisis, de plannen die er nu liggen om de arbeidsmarkt fundamenteel te veranderen versneld door te voeren. Hetzelfde geldt voor het zoeken naar duurzame bedrijvigheid en het herstel van de economie te koppelen aan eerder gestelde klimaatdoelen.

We vertalen deze spreeklijn in een persbericht en Q&A (voor het overkoepelende gedeelte)

### 3. MEDIASTRATEGIE

De mediastrategie ziet er als volgt uit:

- **Positionering.** Onze positionering is verwoord in onze kernboodschap die kan worden samengevat als "Het is niet vanzelfsprekend dat we in Nederland op een goede manier herstellen van de coronacrisis, en het is ook niet vanzelfsprekend dat oude manieren van werken ons uit de crisis helpen. Daarom brengen de planbureaus hun wetenschappelijke inzichten en adviezen in zodat het kabinet kan koersen op een samenleving waarin iedere Nederlander meedoet en zich thuis voelt."
- **Nieuwswaarde.** Het briefadvies van de planbureaus/RIVM bevat duidelijke adviezen die deels voortborduren op recente publicaties van de planbureaus. Een belangrijk deel van het briefadvies is ook in lijn met de vorige week uitgebrachte adviezen van de werkgroep Halsema en de SER-denktank. Die overeenkomsten in de adviezen kan men wellicht zien als

een gebrek aan onderscheidendheid, maar belangrijker is de kracht ervan: “Als we alle drie wijzen op het beschermen van kwetsbare groepen en het tegengaan van kansenongelijkheid, is dat een punt waar het kabinet mee aan de slag moet”. Daarnaast was de uitvraag van het kabinet ook niet om de zaken met de meeste nieuwswaarde aan te dragen, maar om ‘de meest urgente zaken’ aan te dragen. In het advies staan overigens wel onderwerpen die de aandacht van de media gaan trekken, bijvoorbeeld het advies om begrippen als ‘nieuw normaal’ niet meer te gebruiken. Verder heeft dit corona-advies natuurlijk ook nieuwswaarde omdat de planbureaus bij uitstek de organisaties zijn die de korte termijn kwesties aan de lange termijnontwikkelingen koppelen, zodat er geen blinde vlekken of tunneldenken ontstaat. Interessant voor media.

- **Afspraken woordvoering.** Qua woordvoering gelden de volgende afspraken:
  - o Op het persbericht komen de contactgegevens van de vier woordvoerders van de planbureaus en het RIVM.
  - o Ieder beantwoordt de vragen op haar eigen terrein. Ieder bureau beoordeelt zelf wie welke mediavragen kan beantwoorden en begeleidt ook bij de mediacontacten.
  - o Voor overkoepelende vragen geldt het volgende: alle directeuren kunnen de overkoepelende vragen beantwoorden. Wel moeten de woordvoerders in het voorgesprek goed aftasten waar het accent ligt bij hun vragen. Zo kan beter worden beoordeeld wie waarover de woordvoering kan doen. Voor eenduidigheid in beantwoording ontwikkelen we een spreeklijn en Q&A-lijst.
  - o Alle (overkoepelende) mediaverzoeken worden gedeeld met de collega-woordvoerders. Onderling zorgen zij ervoor dat de overkoepelende mediaverzoeken gelijkmatig worden verdeeld over de directeuren.
  - o De inhoud van het advies wordt niet gedeeld met media voordat deze ook op de websites van de betrokken partijen wordt gepubliceerd (zie planning). Tot die tijd worden eventuele persvragen procesmatig beantwoord.
- **Publicatie.** Op **optioneel donderdag 28 mei, 9.00 uur** gaan we met de publicatie naar buiten. Hiermee bedoelen we concreet dat het persbericht uitgaat (verstuurd door het CPB), geplaatst wordt op de websites van de vier partijen en verspreid wordt via de social kanalen. We werken niet met exclusiviteit. Belangrijk is wel dat er in de agenda van de directeuren ruimte wordt gereserveerd voor het geven van een reactie/duiding in de media > zie verder *afspraken woordvoering*. Het SCP overweegt met een interviewverzoek van ‘M’ voor (10)(2e) in te stemmen voor donderdag- of vrijdagavond. ‘M’ heeft inmiddels meerdere interviewverzoeken gedaan om hem te interviewen over de sociaal-culturele effecten van de coronacrisis. Het gemeenschappelijke advies vormt voor het programma een mooie actuele aanleiding om nu dit gesprek te voeren.
- **Afstemming andere partijen.** De dag voor we extern publiceren, ontvangt het kabinet – via Stasja (SCP) – het briefadvies (met het verzoek dit niet naar buiten te communiceren). Op hetzelfde moment ontvangen ook de woordvoerders van AZ en I&W ter info, het persbericht dat we gaan versturen.

### 3. PLANNING

| Wanneer        | Wat  | Wie                            | Output                | Bijzonderheden                     |
|----------------|--|--------------------------------|-----------------------|------------------------------------|
| 26/5           | Communicatieoverleg planbureaus            | (10)(2e), (10)(2e) en (10)(2e) | Aangescherpte notitie |                                    |
| 25/5-<br>/27/5 | Ontwikkelen en afstemmen mediastrategie en | (10)(2e)                       | Mediastrategie        | (10)(2e) maakt concept en stemt af |

|                  |  |             |             |   |
|------------------|--|-------------|-------------|---|
|                  | spreeklijn   |             |             |   |
| 25/5 –<br>27/5   | Ontwikkelen<br>persbericht                                   | (10)(2e)    | persbericht | (10)(2e) maakt<br>eerste concept<br>en stemt af |
| 25/5-<br>/27/5   | Ontwikkelen en<br>afstemmen Q&A                              | (10)(2e)    | Q&A         | (10)(2e) maakt<br>concept en<br>stemt af        |
| 27/5             | Versturen persbericht<br>aan woordvoerders<br>I&W, AZ en VWS | (10)(2e)    |             | (10)(2e) stemt af                               |
| 27/5             | Optioneel: afspraken<br>maken 'M'                            | (10)(2e)    |             |   |
| 28/5<br>9.00 uur | Versturen persbericht  | (10)(2e)    |             |   |
| 28/5<br>9.00 uur | Persbericht online op<br>websites bureaus                    | redacteuren |             |   |
| 28/5             | Social-content   | redacteuren |             |   |
| 28/5 e.v.        | Online monitoring en<br>analyse                              |             |             |   |