

**To:** (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) @rivm.nl; (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) @rivm.nl; (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) @rivm.nl  
**Cc:** (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) @rivm.nl  
**From:** (10)(2e) (10)(2e)  
**Sent:** Mon 4/20/2020 7:06:27 AM  
**Subject:** RE: Media opzet  
**Received:** Mon 4/20/2020 7:06:27 AM

Even paar minuten over \*

Vragen hieronder:

1. Uniek:
  - a. Wetenschappelijke basis: wetenschappelijke adviesraad + grootschalig mixed methoden onderzoek
  - b. Impact: geïntegreerd in de corona crisis structuur mbt beleid en communicatie
  - c. Gericht op gedrag van mensen niet virus
2. Doelgroep:
  - a. Denk het Nederlandse publiek, tenminste, dat maak ik op uit de media training \*
  - b. Ook: beleid en professionals → we bestaan, doen iets dat erg relevant is, hebben daarvoor een goede wetenschappelijke basis en leveren snel

Groeten  
 (10)(2e)

---

**From:** (10)(2e) (10)(2e) <(10)(2e)@rivm.nl>  
**Sent:** maandag 20 april 2020 08:55  
**To:** (10)(2e) (10)(2e) <(10)(2e)@rivm.nl>; (10)(2e) (10)(2e) <(10)(2e)@rivm.nl>; (10)(2e) (10)(2e) <(10)(2e)@rivm.nl>  
**Cc:** (10)(2e) (10)(2e) <(10)(2e)@rivm.nl>  
**Subject:** Media opzet

Beste drie,

Via (10)(2e) ontvang ik de media opzet. Goed om dit zo samen op te bouwen. Ik zal nu (nog) niet inhoudelijk mee reageren, maar wil wel enkele vragen neerleggen, die deze opzet bij me oproept.

- Wat maakt de Gedragsunit nu eigenlijk uniek ten opzichte van andere organisaties die zich met corona bezig houden?
- Met welke doelgroep in gedachten worden de beschreven vragen beantwoord? Wie heeft deze vragen? (Hier komt communicatie expertise goed van pas, om een samenhangende comm. strategie te gaan opbouwen.)
- Het lijkt of we nu een hypothese hebben over het effect op welzijn. Is dat zo? Zo ja, waar komt die vandaan?

Vriendelijke groet,  
 (10)(2e) (10)(2e)

(10)(2e)  
 RIVM