

**To:** (10)(2e) | (10)(2e) @rivm.nl]  
**From:** (10)(2e)  
**Sent:** Sun 9/20/2020 9:56:29 AM  
**Subject:** FW: Input komende koepelcampagne  
**Received:** Sun 9/20/2020 9:56:29 AM

fyi

---

**From:** (10)(2e) <(10)(2e)@hva.nl>  
**Sent:** woensdag 16 september 2020 12:22  
**To:** (10)(2e) <(10)(2e)@rivm.nl>  
**Subject:** FW: Input komende koepelcampagne

En antwoord van (10)(2e) (AZ-DPC)

---

**Van:** (10)(2e) . <(10)(2e)@minaz.nl>  
**Verzonden:** donderdag 10 september 2020 13:02  
**Aan:** (10)(2e) <(10)(2e)@minaz.nl>; (10)(2e) . <(10)(2e)@minaz.nl>; (10)(2e) <(10)(2e)@hva.nl>  
**CC:** (10)(2e) . <(10)(2e)@minaz.nl>  
**Onderwerp:** RE: Input komende koepelcampagne

Goed om te zien dat er nieuwe plannen zijn!  
 In aanvulling op<sup>(10)(2e)</sup>:

Vwb afstand houden in de supermarkt (een veel gehoord probleem, dus idd goed om iets mee te doen) zou ik ook zoeken naar mogelijkheden om hier in de supermarkten zelf iets te gaan doen wellicht iets met hen samen?

En vwb drukte vermijden zie je ook al veel lokale initiatieven zoals

<https://www.bezoekersdrukke.nl/locaties/>

<https://www.druktemonitorutrecht.nl/kaart/>

Misschien ook goed om hier aan te haken / te versterken. Is de NS al bezig met drukte aan te geven als je reis gaat plannen?

Dus goede ideeën/richtingen al en volgens mij vooral goed om (ook) in te zetten op faciliteren. Uit de pretest over de thuis situatie merkte ik dat mensen open staan voor tips en tricks en een helpende hand (ook van de overheid) waarderen.

Groet,

(10)(2e)

---

**Van:** (10)(2e)  
**Verzonden:** donderdag 10 september 2020 10:32  
**Aan:** (10)(2e) .; (10)(2e) .; (10)(2e)  
**CC:** (10)(2e) .  
**Onderwerp:** RE: Input komende koepelcampagne

Ha (10)(2e)

Mooie jongerencampagne van Amsterdam. Ik vind de verschillende perspectieven goed. Ik zie een grote behoefte aan het doen van dingen die veel mensen missen. Ik denk trouwens dat veel van die perspectieven ook aansprekend zijn voor meerdere doelgroepen. Wellicht de moeite waard om ook bij de koepelcampagne te kijken naar andere perspectieven dan alleen gezondheid.

Over de onderwerpen: lijkt me goed om te richten op de thussituatie. Daar liggen ook mooie ideeën voor vanuit het traject met de gedragsteams. Goed om (10)(2e) hier goed op te brieven en de nadruk te leggen op de ontwikkeling van de gedragsinterventies, op basis van de adviezen van de gedragsteams + de ontwikkeling van een campagne om ze aan te jagen. Ik heb hier wel ideeën over en kan de input van de teams goed meenemen. Ik stel daarom voor dat we de briefing voor dit onderdeel samen maken. Ok?

Over het thuis blijven bij klachten en thuisquarantaine weet ik nog niet zo veel. Maar er lijkt wel een probleem te zijn als we naar de laatste onderzoeken van RIVM en DPC kijken. Dus voldoende aanleiding voor een vraag aan (10)(2e). (10)(2e) wilde sowieso een vraag hierover neerleggen bij de gedragsteams. Die output zou een mooi startpunt kunnen zijn om tot een briefing te komen.

Zichtbaarheid in straatbeeld lijkt me prima! Zoveel mogelijk daar waar het gedrag plaats vindt. Goed om na te denken ook over technieken en nudges die ook echt inspelen op gedrag.

Groet,

(10)(2e)

**Van:** (10)(2e)

**Verzonden:** donderdag 10 september 2020 8:52

**Aan:** (10)(2e); (10)(2e); (10)(2e)

**CC:** (10)(2e)

**Onderwerp:** Input komende koepelcampagne

Hi (10)(2e) & (10)(2e)

Even een update en een vraag ☺!

Zoals jullie weten zijn we nu druk bezig met de productie van de deelcampagne jongeren met diverse mediapartijen zoals Vice & Hearst. Daarnaast willen we ook de Jongeren campagne van Amsterdam adapteren voor social, OV, wc reclame in horeca en bij MBO, HBO en universiteiten. Ik zal deze jullie ook nog even appen in de gedragsgroep ☺.

Voor ouderen/kwetsbaren heb ik komende week een gesprek met belangenorganisaties onder leiding van de strateeg van VWS. Vanuit die sessie gaan we waarschijnlijk ook aan de slag met een deelcampagne.

Mijn vraag aan jullie:

Gisteren kwam weer een nieuwe effectmeting. Nav de resultaten hebben (10)(2e) en ik de insteek voor de Koepelcampagne geformuleerd. Deze insteek is ook gelijk tegen de Covid directie aangehouden; zij wilden hier graag mee verder.

Even kort door de bocht wat is voorgelegd.

Gezien bevindingen lijkt ons het goed om (10)(2e) op twee onderwerpen te brieven:

1. 1,5m binnen; #hoe dan met vrienden/ familie etentjes/ feestjes
2. Thuis blijven bij milde klachten dus al voor het testen en daarna als je positief getest bent. #hoe dan bv met boodschappen bezorgen/ anderen laten brengen.

Belangrijk: erkennen dat het lastig is maar wel motiveren/inspireren om vol te houden. Positieve toon.

En visueel echt vernieuwen. En natuurlijk meenemen waarvoor we het doen/doel.

Verder vond de Covid directie het belangrijk om in t straatbeeld zichtbaar te zijn.

Hier kunnen we (10)(2e) brieven op de boodschap houd 1,5m afstand Bv houd 1,5m afstand, ook bij t boodschappen doen. #hoe dan met bv boodschappenkarretje. Dus verschillende uitingen voor drukke plekken waar 1,5m afstand houden moeilijk is (bv winkelcentra, OV etc). Eigenlijk pakken we de maatregel vermijd drukte en vullen we die in op drukke plekken met de boodschap 1,5m afstand ingevuld met #hoe dan.

Kunnen jullie je in bovenstaande vinden?

Hebben jullie nog opmerkingen/aanvullingen?

Groet,

(10)(2e)

**Van:** (10)(2e)

**Verzonden:** woensdag 9 september 2020 16:56

**Aan:** (10)(2e); (10)(2e); (10)(2e); (10)(2e); (10)(2e);

(10)(2e); (10)(2e); (10)(2e); (10)(2e);

**CC:** (10)(2e); (10)(2e); vraagbeantwoording; coronaRED; DPC - Kernteam Corona

**Onderwerp:** RE: Verslag dagstart 9 sept

Dag allen,

Bijgaand de rapportage en oplegger van de effectmonitor. Deze is ook al [gepubliceerd op ro.nl](#), met dank aan de redactie voor de

snelle actie! De belangrijkste bevindingen:

- Ondanks een afnemend gevoel van urgentie en motivatie, houdt men naar eigen zeggen vaker 1,5 meter afstand.
- Bij bezoek is het belang van afstand houden lager, bijna 4 op de 10 mensen vinden het geen probleem om hun dierbaren te omhelzen.
- De mate waarin men drukte vermijdt is stabiel, ondanks een afnemend belang en nut hiervan.
- Nog steeds blijft het grootste deel van de mensen met (milde) klachten niet thuis (ca. 70%).
- Steeds meer mensen geven aan niet thuis te kunnen werken. Sinds half juli is dit aandeel toegenomen van zes op de tien naar negen op de tien.
- De naleving van de maatregel handen wassen is stabiel, maar ook hier neemt het belang en nut af.
- Men laat zich vaker testen, maar het draagvlak voor testen neemt af.
- De perceptie dat de Rijksoverheid mensen duidelijk informeert over de maatregelen en een betrouwbare bron van informatie is, neemt verder af deze maand.
- Nog steeds is ongeveer de helft van de mensen bezorgd over covid-19. Zorgen gaan vooral over de eigen gezondheid en die van anderen.
- De campagne heeft nog altijd een groot bereik, maar vertoont tekenen van wear-out.

Groet en fijne avond,

(10)(2e)