



Voordelen inzet NL-Alert

- Groot bereik: 90% van de Nederlanders van 12 jaar en ouder met een mobiele telefoon ontvangt NL-Alerts. (indirecte bereik is 94%)
- Waarschuwt en informeert binnen hele korte tijd een grote groep mensen over een acute levens- of gezondheidsbedreigende situatie.
- Boodschap kan in meerdere talen in een bericht. Heeft wel consequenties voor zichtbaarheid boodschap. Reisinformatieschermen kunnen maximaal 180 tekens tonen.
- Groot draagvlak bij het publiek (82% in de laatste meting) voor de corona-gerelateerde NL-Alert uit maart.
- NL-Alerts worden door Nederlanders als helder en duidelijk gekenmerkt. *Een gerichte boodschap werkt beter dan een algemene boodschap.*
- Snel door korte doorlooptijd van bedenken boodschap tot versturen.
- Mogelijkheid om burgers op grote schaal meer informatie te geven door doorverwijzing naar website.
- Zichtbaar op digitale reclameborden in drukke gebieden en reisinformatieschermen in stationshallen van trein, bus, tram en metro.



Nadelen inzet NL-Alert

- Niet bedoeld als middel voor publiekscampagnes maar voor urgente situaties. Of inzet mogelijk is, is afhankelijk van of boodschap/timing past binnen afwegingskaders.
- Veiligheidsregio's zijn verdeeld. Wordt gezien als zwaar middel voor een boodschap die ook anders gebracht kan worden. Bijvoorbeeld: tekstkarren op strategische plekken.
- Kan negatief ervaren worden: hard alarmgeluid dat ook hoorbaar is in stille modus.
- Te vaak of verkeerd inzetten doet afbreuk aan effect en draagvlak.
- Inzet erg afhankelijk van techniek. Fouten in verzending doen afbreuk aan NL-Alert en de Rijksoverheid in het algemeen.
- Het NL-Alert is een kort bericht dus doorverwijzing is nodig, maar piekbelasting kan bij landelijk bericht niet worden opgevangen door Rijksoverheid.nl.
- Bereikt mensen met een communicatieve beperking en mensen in de grensregio's minder goed.



Advies

Inzet NL-Alert ten behoeve van publiekscommunicatie wordt **ontraden**. Het doel van het middel is mensen **acuut** tot actie te laten komen. Publiekscommunicatie Covid-19 heeft dit doel meestal niet.

Bij besluit inzet middel, overweeg dan deze aspecten:

- kondig bericht vooraf aan (bijvoorbeeld in een persconferentie);
- kies een cruciaal moment (bijvoorbeeld bij verscherping of verlenging maatregelen)
- leg uit waarom dit middel voor dit doel (om meer bereik te genereren, aanvullend op persconferentie en overige reguliere kanalen).