

To: (10)(2e) (10)(2e)@minvws.nl
Cc: (10)(2e) (10)(2e)@minvws.nl
From: (10)(2e)
Sent: Fri 6/19/2020 9:22:20 AM
Subject: RE: Publiekscampagne "Bij klachten, blij thuis en laat je testen!"
Received: Fri 6/19/2020 9:22:20 AM

Ik mis alleen nog wel de overweging in het begin: het is urgenter geworden om naar de effectiviteit te kunnen kijken ivm RIVM Gedragsunit onderzoek.
 Voeg je dat nog even toe?

(10)(2e)
 (10)(2e)
 (10)(2e)@minvws.nl
 +31 6 (10)(2e)

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Verzonden: donderdag 18 juni 2020 17:14
Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Onderwerp: Publiekscampagne "Bij klachten, blij thuis en laat je testen!"

Ha
 Hieronder een meer open formulering; aan wie van de GGD zal ik het sturen?
 (10)(2e) ?
 Hgrt
 (10)(2e)

Doelstellingen publiekscampagne:

Weten:

- Alle Nederlanders weten dat ze bij klachten thuis moeten blijven en ze zich kunnen laten testen
- Ze weten waar ze zich kunnen aanmelden (nu nummer later ook webapplicatie)

Vinden:

- Ze vinden het belangrijk om zich te laten testen op een coronavirusbesmetting om anderen te beschermen en verspreiding van het virus te voorkomen.
- Ze zijn ervan overtuigd dat testen bij klachten en Bron- en Contactonderzoek de weg zijn om weer een stapje vooruit te kunnen zetten.

Doen:

- Ze blijven bij klachten thuis en maken een afspraak om zich te laten testen.

De middelen die daarvoor nu worden ingezet worden zijn:

- Social media: kanalen van de minister, departement, aangesloten partijen op het NKC, GGD GHOR en de 25 verschillende GGDen
- Online middelen op rijksoverheid.nl
- Regionale toolkit met middelen voor de 25 GGDen
- Radio spots: ongeveer 75 per dag; op regionale en landelijke zenders tot en met 8 juli
- TV spots: op nader te bepalen moment worden tv spots ingezet.

We hebben afgesproken dat we samen bepalen wanneer we de volumeknop opendraaien (en indien nodig terug draaien). Vorige week hebben we besloten te starten met de radiospotjes en te monitoren wat het effect is op de capaciteit van het callcenter. Laten we begin volgende week beoordelen wat het effect is van de eerste volle week met het middel radio. Afhankelijk van het effect op de testcapaciteit kunnen we bepalen wanneer we de tv spots als laatste toevoegen.

Bereik:

Deze middelen zijn gericht op het algehele Nederlandse publiek. De Rijksoverheid streeft er naar in haar brede publiekscampagne rondom corona zo veel mogelijk verschillende doelgroepen te bereiken. We richten ons nu dus nog niet op specifieke doelgroepen. In een volgend deel van de campagne willen we dat wel ook gaan doen. Aan de publiekscampagne wordt een onderzoek gekoppeld naar het bereik; dat onderzoek kan pas starten als de campagne vol loopt (alle middelen) voor een periode van twee weken. Daarnaast willen we gebruik maken van de inzichten van de gedragsunit van het RIVM. Maar het zou vooral wenselijk zijn dat we vanuit de GGDen terugkrijgen welke doelgroepen zij graag beter willen bereiken. Dan kunnen we in overleg met de communicatie adviseurs van de GGD GHOR bepalen hoe we die doelgroepen kunnen bereiken.