



Publiekscommunicatie coronavaccinatie
Ministerie van VWS
Den Haag, 7 december 2020

Programma

- Strategische uitgangspunten – vaccinatiecampagne breed
- Onderwerpen fase 1
- Middelen fase 1
 - Website
 - Campagne
 - Onlinestrategie
 - Bereiken van speciale doelgroepen
- Inkijkje fase 2
- Gesprek: wat hebben jullie nodig om je achterbannen te informeren?

Doel

Uitgangspunt

- Een **geïntegreerde strategie** op basis van gedragswetenschappelijke inzichten.
- De communicatiestrategie levert een belangrijke bijdrage aan het beleidsdoel: **zoveel mogelijk mensen** (meer dan 70% van de bevolking) van >18 jaar laten zich **vaccineren**.
- Dit doen we in twee fasen:
 - **Draagvlak vergroten** (vanaf heden. Dit loopt de hele vaccinatieperiode door)
 - **Motiveren/activeren** om het vaccin te nemen (vanaf de start van de vaccinatie)

Doelgroepen

- Doelgroep is iedereen in Nederland van 18 jaar en ouder.

Speciale aandacht voor:

- **Zorgprofessionals** (als adviseur, rolmodel en groep die vaccineert)
 - **Kwetsbare groepen** (ouderen, mensen met lichamelijke beperking, mensen met onderliggende gezondheidsproblemen zoals COPD of diabetes)
 - **Overige doelgroepen** (jongeren, niet-Nederlandstaligen, expats, laaggeletterden, lage SES)
- De belangrijkste doelgroep: **mensen die twifelen**. Als twijfel niet serieus genomen wordt, ontstaat weerstand.
 - Twijfels over de veiligheid van het vaccin (84%); 69% is bang voor bijwerkingen; 80% twijfelt over de effectiviteit
 - Veel mensen die niet tegen vaccinatie zijn, willen eerst **de kat uit de** 5.1.29 **kijken**

Motivaties en weerstanden per doelgroep

Doelgroep	Motivatie	Weerstand
Algemeen publiek	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terugkrijgen vrijheden ▪ Beschermen van de eigen gezondheid ▪ Gezondheid familie en vrienden ▪ Gezondheid collega's/werkomgeving 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Twijfels over veiligheid, werking, effectiviteit en bijwerkingen ▪ Niet nodig vinden voor zichzelf ▪ Twijfel of genoeg anderen zich laten vaccineren ▪ Religieuze/levensbeschouwelijke redenen ▪ Andere principiële overwegingen
Ouderen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschermen van de eigen gezondheid 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Twijfels over veiligheid, werking, effectiviteit en bijwerkingen ▪ <i>Ze zijn als eerste aan de beurt (proefkonijn)</i>
Lichamelijk beperkten, COPD, diabetes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschermen van de eigen gezondheid 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Twijfels over veiligheid, werking, effectiviteit en bijwerkingen voor hun specifieke beperking/aandoening ▪ <i>Ze zijn als eerste aan de beurt (proefkonijn)</i>
Laaggeletterden		<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Onwetendheid door onvoldoende laagdrempelige informatie</i>
Niet-Nederlandsprekenden, migranten, expats	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vrijheden weer terugkrijgen (bijv. reizen i.v.m. familie in buitenland) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Onwetendheid door onvoldoende informatievoorziening in eigen taal ▪ Religieuze bezwaren
Jongeren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vrijheden weer terugkrijgen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vinden het vaccin niet nodig omdat ze zelf gezond zijn en virus hen niet heftig raakt
Zorgprofessionals (als adviseur)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vaccin kan druk op zorg verlichten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nog geen duidelijkheid/twijfel over werking, effectiviteit en bijwerkingen
Zorgprofessionals (als voorbeeldfunctie)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kwetsbare groepen niet willen besmetten ▪ Verspreiding van het virus tegengaan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nog geen duidelijkheid/twijfel over werking, effectiviteit en bijwerkingen ▪ Willen zelf niet ziek worden ▪ Morele druk/eigen keuze
Huisartsen/GGD's	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beroepsmatige verplichting ▪ Kwetsbare groepen niet willen besmetten ▪ Verspreiding van het virus tegengaan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nog geen duidelijkheid/twijfel over werking, effectiviteit en bijwerkingen

Vaccinatiebereidheid

- De bereidheid om te vaccineren verandert. Nu het dichterbij komt, hebben meer mensen twijfels. **De groep die het zeker of waarschijnlijk wil, vormt een meerderheid (59%).**



- We richten ons op de groep die (waarschijnlijk) kiest voor vaccinatie, en voor de groep die het nog niet zeker weet. We richten ons niet op de mensen die zeker geen vaccin willen.
- De **vaccinatiebereidheid onder sommige groepen zorgmedewerkers ligt ver onder het gemiddelde: 33%.**

Risicoperceptie, stress en vertrouwen

- Bijna iedereen (**93%**) **zou het (heel) erg vinden het virus door te geven aan iemand anders**. Dit blijft onverminderd hoog. Twee derde van de mensen zou het (heel) erg vinden om zelf besmet te raken. Bijna de helft van de mensen (48%) acht het (zeer) waarschijnlijk dat zij het virus aan anderen doorgeven als ze zelf besmet zouden zijn.
- 51% van de deelnemers aan het RIVM gedragsonderzoek maakt zich (**veel**) **zorgen over het virus**. Een derde geeft aan er voortdurend mee bezig te zijn en zich hulpeloos te voelen. Een kwart ervaart veel stress door corona.
- Het **vertrouwen in de overheid** en instanties als RIVM en GGD is hoog bij mensen die bereid zijn zich te laten vaccineren (81-90%) en laag bij mensen die dit niet willen (30-43%).

Belangrijkste motivatie: terug naar oude leven

- Voorstanders van vaccinatie willen graag terug naar '**het oude normaal**', zonder vrijheidsbeperkingen en angst voor corona.
- Zij hopen dat de verspreiding van het virus zal stoppen door **groepsimmunititeit**. Ze laten zich daarom graag inenten, voor zichzelf, maar ook voor ouderen en kwetsbaren, zodat iedereen het leven van voor corona weer kan oppakken.

Draagvlak vergroten

- **Aanbieden en vindbaar maken van betrouwbare informatie** over belang, werking en voor- en nadelen van vaccinatie, het vaccinatieproces en andere veel gestelde vragen
 - **Doelgroepgerichte aanpak** zodat bij elke doelgroep ingespeeld wordt op hun vragen en twijfels
- **Onafhankelijke experts en belangenverenigingen** naast minister en RIVM om vertrouwen te vergroten (via PR)
- **Dialoog** is krachtig overtuigingsmiddel: meer kans dat argumenten doordringen en je kunt direct inspelen op vragen en twijfels

Kernboodschap

We hebben er naar uitgekeken. Het coronavaccin is een belangrijk lichtpunt in deze tijd. Het is het belangrijkste middel om het coronavirus terug te brengen tot een beheersbaar probleem. Als zoveel mogelijk mensen zich laten vaccineren, kunnen we de maatregelen afbouwen en stap voor stap terug naar het leven dat we gewend waren.

Het vaccin is even zorgvuldig getest als andere vaccins. Tienduizenden mensen hebben bij elk vaccin aan de tests meegedaan. Daardoor weten we dat het goed beschermt tegen het coronavirus, en dat het veilig is.

Het is begrijpelijk als u vragen heeft. Kijk voor informatie op www.coronavaccinatie.nl of bel 0800-1803.

Strategische pijlers

1. **Sociale norm:** de meeste mensen in Nederland vinden vaccinatie een belangrijke stap om controle over het virus te krijgen en terug naar 'normaal' te gaan. Dit benutten we als motivatie. We laten zien dat veel mensen zich laten vaccineren (voorbeeldgedrag).
2. Versterk het gevoel van **autonomie**. Zet niet te veel druk op de groep die eerst de kat uit de 5.1.2e wil kijken (**ook voor zorgpersoneel**). Door de aandacht te richten op de groep die het wel doet, voorkom je weerstand en neemt koudwatervrees bij twijfelaars af. Tweede kans: maak het makkelijk om je alsnog te laten vaccineren.
3. Gevoel van **controle terugkrijgen**. Na een periode waarin we vooral veel niet mochten, is het vaccin de eerste positieve stap die je zelf kunt zetten op weg naar een oplossing. Zo krijg je weer controle over je leven terug. ('Met een gerust hart op familiebezoek').

Onderwerpen *informer*

Onderstaande onderwerpen zijn uitgewerkt naar deelonderwerpen:

- Veiligheid
- Logistiek
- Proces algemeen
- Proces voor de ontvanger, praktisch (RIVM)
- Vaccineren algemeen
- Samenhang testen en maatregelen
- Soorten vaccins

Middelen: *website*

- Belangrijkste middel voor eerste fase: informeren – mensen zoveel mogelijk naar deze website trekken
- Juist en volledig
- Toegankelijk / makkelijk leesbaar
- Eenvoudig te vinden zijn voor iedereen die op zoek is naar betrouwbare informatie
- URL: www.rijksoverheid.nl/coronavaccinatie of www.coronavaccinatie.nl – afhankelijk van het middel

Middelen: *campagne (informeren)*

- Radio (week 51)
 - Elk vaccin dat straks is goedgekeurd, is op tienduizenden mensen getest. Zo weten we zeker dat elk vaccin ons goed beschermt tegen het virus en ook veilig is. Als we ons laten vaccineren, krijgen we stapje voor stapje meer vrijheid terug. Het is begrijpelijk als u hier vragen over heeft. Antwoorden vindt u op [coronavaccinatie.nl](https://www.coronavaccinatie.nl) of bel 0800-1351
- TVC (volgt later)
- Online: display met V/A – het is begrijpelijk als je hier vragen over hebt. Vind meer info op.....
- PR-strategie:
 - H-A-H artikel – droge info met twee inzetjes
 - Samenwerkingen met media om doelgroepgericht de dialoog te voeren
 - Specifieke doelgroepen: zorg en ouderen
 - Toolkit voor partijen
- Na goedkeuring (29 dec) paginagrootte adv in landelijke dagbladen

Middelen: *Online strategie* (

5.1.2e

- Visuals voor social (vraag en antwoord – en doorklik)
 - Mogelijk ook te gebruiken voor display adv
- Infographics – over de grote thema's
- Animaties
- Film (bv: de expert – vraag en uitleg over een specifiek op)
- Webinars/expertmeetings
- Live-chat

Speciale doelgroepen (

5.1.2e

- **Gerichte strategie voor de volgende doelgroepen:**
 - jongeren
 - Migranten doelgroepen
 - niet-Nederlandstaligen
 - expats
 - laaggeletterden
 - lage SES
- Denk aan samenwerkingen met:
 - Steffie.nl
 - Moskeeën en verenigingen
 - Koepelorganisaties
 - Werkgeversorganisaties
 - Engelstalige media

Inkijkje fase 2: *motiveren/activeren*

- TV
- Radio
- Print
- (D)OOH
- Online: display, social, OLV
- Branded content
- PR

- **Rationale**
 - **Ik kijk weer uit naar...** We kijken allemaal uit naar een leven waar beetje bij beetje weer meer mag, waarin we langzaam werken naar vrijheid. De vrijheid om weer dingen te kunnen doen, samen. Naar de kroeg, teamsporten, afspreken met de hele vriendengroep of familie, etc. Om dit weer te kunnen doen is het vaccin het belangrijkste hulpmiddel.