Impressieverslag strategiedag Alleen Samen

Donderdag 5 november - 10.00-16.00 uur

Nationaal Kernteam Crisiscommunicatie

Dit verslag beschrijft op hoofdlijnen het verloop en de observaties uit het gesprek over de doorontwikkeling van de publiekscampagne en –communicatie onder de vlag van Alleen Samen en de verdieping op specifieke gedragsknelpunten en doelgroepen.

1. Observaties en discussie: pandemiebestrijding en overheidscommunicatie tot nu

Observaties en discussie publiekscommunicatie

- Overheidscommunicatie bestaat eigenlijk uit 3 elementen, met verschillende focus:
  1. Campagne voor collectieve verbinding, motivatie en aandacht (big idea/conceptuele rationale)
  2. Persconferentie (incl visuals/ro.nl/socials/beleidsmatig narratief) voor maatregelen: dit gaan we doen
  3. PR voor onderbouwing, bewijs en draagvlak

Ambitie:
Hoe kunnen deze 3 elementen beter in elkaar passen?
Hoe geef je alle Nederlanders een 'skin in the game
(= hebben van kleine of grote invloed om dit in te zetten voor collectieve/maatschappelijke doel)

- Ook in PR strategie is een voor/na persconferentie strategie van belang. Meer dan nu.
- Publieksonderzoek en (gedrags)feedback op boodschap persconferentie
- Argumenten: altijd zelfde (druk op zorg, zwakken beschermen), we missen: mensen zijn eens met dit motief maar hebben andere overwegingen om toch ander gedrag te willen/tonen.
- We willen geen vrienden en familie besmetten, maar dit gebeurt wel. Maar meeste is door mensen die je niet kent, is inschatting. Aan de andere kant volgen mensen maatregelen mensen minder goed tussen mensen die ze kennen.
- Hoe gaan we er in communicatie mee om dat hoe minder er nog kan, hoe meer mensen tegelijk hetzelfde doen (bv allemaal massaal naar het bos, winkels)
- Lokale campagnes zijn nog niet elkaar versterkend (in 1 verhaal). Duidelijke rationale (waarom werkt het) zou overal gelijk moeten zijn. Is wat nu nog mist. Is enige manier om tegenwicht te bieden en alles te versterken.
- Gebruiken we juiste medium om juiste doelgroepen te bereiken?
- We communiceren met burgers (algemeen) maar moeten ook steeds meer communiceren met en via communities.
- Community benadering past vanwege de grillige besluitvorming het beste bij 'stabielere thema's zoals quarantaine/isolatie, thuisblijven, vaccinatie en aandacht voor elkaar.
- Dilemma community benadering: hoe ver kan je hier als rijksoverheid in gaan?
- Er moet veel meer een rationalisatie komen dat 'this is here to stay' ipv alleen meer perspectief (dit is hoe het nu is). Nieuwe staat van zijn. Nu onzekerheid dat we net doen alsof er perspectief is. Volhouden suggereert dat het ophoudt, echt meenemen in lange perspectief. Perspectief van goed leven/plakken op situatie/periode, meer dan perspectief in tijd.
- Beleidsperspectief raakt niet persoonlijk, wat voor perspectief aan persoonlijke situatie wel?
- Waar zijn we nu solidair in? (onduidelijkheid? vindingrijkheid/wir schaffen es?).

Observaties en discussie campagne:

- Welke harde bewijslast is er dat deze campagnes effect hebben op gedrag, draagvlak en welzijn?
- Effect meten is kansrijker bij meer concrete boodschap en handelingsperspectief (als testen, CoronaMelder).

- Er is behoefte aan 1 groter verhaal bovenop alles: hoe verspreidt het virus zich, wat is je centrale verhaal en hoe passen de maatregelen hieronder.
- Lokale campagnes zijn nog niet elkaar versterkend (in 1 verhaal). Duidelijke rationale (waarom werkt het) zou overal gelijk moeten zijn. Is wat nu nog mist. Is enige manier om tegenwicht te bieden en alles te versterken.
- Dit kan alleen als we keuzes maken in de centrale boodschap.
- Er moet ruimte blijven voor koepelcampagne (paraplu) en deelcampagnes.
- Fase 2 Alleen Samen moet sterker van onderaf

Observaties en discussie gedrag:

- Wat komt er op ons af en hoe gaan we dit borgen? (= volhouden maar tot wanneer). Wat voor gedrag heb je hiervoor nodig en wie moet je betrekken uit samenleving. Of is perspectief hier nu echt het toverwoord voor?
- Doel: Duurzame Engagement (intrinsiek, mede-eigenaarschap). Kom je iets meer van maatregelen af en meer bij zelfde gedrag bij verschillende delen/situaties van het leven.
- Motivatie omzetten in gedrag.
- Inconsistenties kunnen niet opgelost worden met communicatie. Maar wat kun je wel oplossen met communicatie? Welke rationalisaties zijn (virologisch) het meest waardevol voor gedrag?

2. Observaties en discussie: Communicatie en gedrag komende maanden

- Rationale Alleen Samen = Pandemie is probleem van allemaal, want is een collectief vraagstuk. Alleen samen (collectiviteit) is cruciaal aspect van de oplossing . Waarom moeten we dit samen doen? Dit moet beter uitgelegd. Sterker dan tot nu toe gezondheidsprobleem oplossen ook belangrijk voor economie en welzijn.
- Kernelementen collectieve motivatie Alleen Samen:
  Ik vorm direct risico voor mijn sociale omgeving
  Het lukt me/ons niet zonder mijn sociale omgeving (zonder hulp niet mogelijk)
  Nieuwe norm is een vanzelfsprekende situatie/doorbreken gewoontegedrag
  We kunnen dit (en beetje we moeten dit)
  Bewijs
  Meer verhaal (narratief en emotioneel)
- Dit iedere keer in communicatie laten zien.
- Oog voor en leren van culturele verschillen en rituelen
- Alles wat makkelijker is, is ook beter na te leven: er moet duidelijkheid komen over wat er precies wordt verstaan onder bepaald gedrag: wat zijn klachten, wat is thuisblijven, wat isolatie, wat is quarantaine.
- Gedrag veranderen door te appelleren aan een coping plan: wees voorbereid
- Wat is de randvoorwaarde voor mensen om überhaupt coping plan toe te passen? Vertrouwen? Draagvlak? Intrinsieke motivatie?
- Uitgangspunten standaard (coping plan, niet vanuit individu):
  Altijd collectief (breng community in beeld)
  Altijd simpel
  Iets negatiefs koppelen aan waarde/aandacht/positief
  Welke andere onderliggende waardes
- Overall gedragsdeterminanten (kaders) moeten we zelf verzinnen, niet mensen laten doen.
- Aandacht voor verhogen mentale ruimte (stress en controle) bij mensen om een coping plan toe te kunnen passen, met name bij specifieke, lagere SES doelgroepen. Anders tegengesteld effect en wordt de sociale kloof vergroot. Omdat er bij deze doelgroepen dan juist geen ruimte is om te copen.
- Gesprek op gang brengen: heb jij al een plan? Wat zijn echt moeilijke situaties die je moet tackelen?
- Laten zien: wat doen andere mensen (motiveren, bewijs, sociale norm).
- Focus op perspectiefwisseling: de ander die het doet staat centraal.
- Focus op belangrijkste gedragsknelpunen: thuisblijven en 1,5 meter afstand.
- Doelgroepen: (migratie)ouderen, jongeren, mensen niet-westerse achtergrond, mensen lage SES.

3. Uitwerking gedragsknelpunt thuisblijven
Zie memo RIVM gedragsunit naleven van quarantaine en isolatie advies (bijlage bij impressieverslag).

Vervolgstappen uitwerking gedragsknelpunt thuisblijven (voorstel [redacted]:

- Aanbrengen focus op doelgroep: er zijn namelijk 6 scenario's voor isolatie en quarantaine. Eén daarvan is bij klachten, en als dat de focus is zouden we daar ook testen aan moeten koppelen. En ook daar weten we veel van, dus dat kan goed.

- De 2 meest plausibele opties:

1. Voorbereid de winter in. Dan focus op dat de meeste Nederlanders wel in 1 van de 6 scenario's terecht zal komen deze winter. Wat kan men doen om zich voor te bereiden en er voor elkaar te zijn?

2. Focus op thuisblijven en testen bij klachten (dus 1 scenario van thuisblijven). Dat kan ook de focus hebben van voorbereid de winter in, omdat dit wel de meest voorkomende reden is om thuis te blijven.

- Gezamenlijk uitwerken in vervolgsessie.

4. Aandachtspunten vervolgsessie
- Volgende keer concreter op doelgroepen en sectoren.