



Dienst Publiek en Communicatie  
Ministerie van Algemene Zaken

t.a.v. BKB, Initiative

**Dienst Publiek en  
Communicatie**

Buitenhof 34  
2513 AH Den Haag  
Postbus 20006  
2500 EA Den Haag  
www.rijksoverheid.nl

**Contactpersoon**

5.1.2e  
5.1.2e

T 06: 5.1.2e  
5.1.2e @minaz.nl

# notitie

Briefing publiekscampagne Corona

Lijnparaaf

Medeparaaf

**Datum**

16 maart 2020

**Onze referentie**

**Auteur**

5.1.2e

**Kopie aan**

## 1. Opdracht

Ontwikkel een publiekscampagne om de doelgroep te informeren wat zij kunnen doen om zichzelf en anderen te beschermen en daarmee de verspreiding van het Nieuwe Coronavirus Covid-19 zoveel mogelijk te beperken. Binnen deze campagne moeten op een later moment ook andere boodschappen, bijv. gericht op de economische gevolgen, een plek kunnen krijgen. Ook moet er ruimte zijn om specifieke doelgroepen te bereiken.

## 2. Probleemstelling/situatieschets

Eind februari is het eerste geval van het Nieuwe Coronavirus Covid-19 in Nederland ontdekt. Sindsdien is het aantal besmettingen opgelopen en zijn een tiental mensen overleden. De Rijksoverheid neemt maatregelen om verdere verspreiding te voorkomen. Alle Nederlanders moeten deze maatregelen kennen en hier naar handelen. Er is grote kans dat er nog aanvullende maatregelen volgen. Er is behoefte aan een campagne waarmee we een groot publiek bereiken, de informatie (handelingsperspectief burgers) kunnen over brengen, zodanig urgent dat het aanzet tot handelen, maar zonder paniek te veroorzaken.

## 3. Doel en communicatiedoelstellingen

Het doel is om met goede communicatie en informatievoorziening handelingsperspectieven te bieden die bijdragen aan het beperken van de besmettingskans, de verspreiding van het virus, en het beperken van de maatschappelijke onrust. Ook moet er ruimte zijn om andere informatie te verspreiden, bijvoorbeeld over het sluiten van scholen/kinderopvang en wat moet je juist wel/niet doen. Ook maken we inzichtelijk waarom we bepaalde keuzes maken, om zo begrip te krijgen voor noodzakelijke keuzes.

De communicatiedoelstelling die daar op dit moment bij hoort\* is:

Het informeren van de doelgroep wat zij kunnen en moeten doen ter bescherming van zichzelf en anderen tegen het nieuwe Coronavirus en de verdere verspreiding daarvan.

Voor de doelgroep is het belangrijkste:

- Ik volg de adviezen van de overheid op.

Dienst Publiek en  
Communicatie

Datum  
16 maart 2020

Onze referentie

Daaraan ligt ten grondslag:

- Ik weet welke maatregelen ik kan nemen om de besmettingskans voor mij en mijn directe omgeving zo veel mogelijk te beperken.
- Ik begrijp waarom de overheid deze maatregelen adviseert.

\*er is grote kans dat deze doelstelling gedurende de campagne aangepast wordt op basis van nieuwe maatregelen en/of deelcampagnes gericht op specifieke groepen.

#### 4. Doelgroepen

Primair:

- Alle Nederlanders (16+)

Waarbij speciale aandacht voor kwetsbare groepen (*volledige lijst volgt!!*):

- Ouderen
- Chronisch zieken

#### 5. Strategische uitgangspunten

De campagne moet informeren, aanzetten tot handelen en de urgentie van het probleem benadrukken. Belangrijk is dat de communicatie eenduidig is en een groot publiek bereikt. De campagne motiveert om de maatregelen op te volgen, zonder in te spelen op angst. Wij denken dat het helpt om in te spelen op de sociale norm en het gevoel van saamhorigheid ('Wij fiksen dit met z'n allen'). Ook mag er een creatieve invalshoek worden toegevoegd waarmee mensen elkaar kunnen aanspreken (a la BOB), zonder dat de serieuze toon verloren gaat.

Aandachtspunten:

1. Het concept moet een sterke basis bevatten die tegelijkertijd gemakkelijk aan te passen is aan de actualiteit en maatregelen die constant wijzigen.
2. Het moet mogelijk zijn om binnen het concept (buiten de boodschap om) de urgentie aan te wakkeren of juist om te schakelen naar een meer informatieve boodschap (bijv. als blijkt dat adviezen niet serieus genomen worden of juist al de onrust te groot wordt). De kleuren van de huidige middelen zijn nog erg soft; mag meer urgentie in.
3. Binnen het concept moet het mogelijk zijn meerdere type adviezen te communiceren. Momenteel zijn de adviezen gericht op gezondheidsmaatregelen. Mogelijk is de boodschap later meer economisch van aard of gericht op openbare orde.
4. Het concept moet ruimte bieden voor deelcampagnes gericht op specifieke doelgroepen (ouderen, chronisch zieken, mensen met vitale beroepen > volledige lijst volgt), maar ook op bepaalde sectoren (gezondheidszorg, handhaving, reizen, economie, onderwijs, kinderopvang etc.)
5. De campagne moet ook aansprekend zijn voor jongeren/jong volwassenen. Denk aan aparte doorvertaling en middelenkeuze.
6. De belangrijkste campagnemiddelen moeten door te vertalen zijn naar middelen voor mensen met een beperking (doven, slechthorenden, blinden, laaggeletterden).
7. De campagne moet in herkenbare stijl van de Rijksoverheid zijn. Maar mag/moet wel een herkenbaar eigen campagne-element hebben.

**Dienst Publiek en  
Communicatie**

**Datum**  
16 maart 2020

**Onze referentie**

8. De campagne maakt zoveel mogelijk gebruik van/sluit aan bij de middelen die al gemaakt zijn (o.a. TV-spot). Wel zijn de huidige middelen nog erg soft en mag er een variant komen met meer urgentie (zie punt 2).
9. De toon van de campagne is informatief maar benadrukt ook de urgentie.
10. Alle middelen verwijzen naar de website [www.rijksoverheid.nl/coronavirus](http://www.rijksoverheid.nl/coronavirus) en het telefoonnummer 0800-0351.

#### **6. Budget**

Volgt.

#### **7. Planning**

In overleg met bureau. Doorlooptijd zo kort mogelijk. Indien mogelijk dinsdag 17 maart overeenstemming over concept, eerste middelen en planning.