



Nationaal Coördinator
Terrorismebestrijding en Veiligheid
Ministerie van Justitie en Veiligheid

Publiekscommunicatie Covid-19

Communiceren tijdens en over de tweede golf

NKC

25 oktober 2020

NCTV



Media en publiekspeilingen: waar staan we?

- Kennis van de maatregelen is hoog, houding is positief, gedrag wijkt af
- Polarisatie neemt toe: tegenpolen steeds meer zichtbaar, zowel in gedrag (wel/niet regels volgen) als in houding (virus wel/niet ernstig, sociaal-economische gevolgen wel/niet in verhouding)
- Behoeftte aan eenduidigheid van beleid (strategie), maatregelen (en effecten) en boodschap
- Draagvlak voor stevige, landelijke maatregelen
- De aandacht voor de medische kant van de crisis verbreedt zich naar de sociaal economische en maatschappelijke kanten van de crisis. Steeds meer zorgen over de gevolgen voor de Nederlandse samenleving: schulden, eenzaamheid, zorgmijding
- Steeds meer zorgen over gevolgen voor bedrijven en hun werknemers



Communicatie inzet tot nu toe

- Persconferenties
- Rijksoverheid.nl met q&a, infographics, visuals
- Massamediale campagne AlleenSamen
- 0800-1351
- Steffie (corona in eenvoudige taal)
- Narrow casting, digitale masten en schermen
- Audiodescriptie
- Meerdere talen: begrijpelijk, Engels, Arabisch, Spaans, Pools, Turks, Papiamentu/o, Duits, Frans, Bulgaars, Chinees

Publiekscommunicatie tweede golf Covid-19
28 oktober 2020





Lessons learned experts communicatie

› **Veel goed gegaan**

- Persconferenties, one-pagers maatregelen, social media
- Appelleren aan collectieve verantwoordelijkheid
- Het waarom van maatregelen, expertadviezen, dilemma's en onzekerheid toegeven
- Benadrukken gewenst gedrag
- Eigen ruimte voor invulling

› **Aandachtspunten**

- Formuleer een nieuw centraal verhaal
- Huidige fase vraagt om differentiatie
- Vertrek vanuit eigen verantwoordelijkheid
- Mensen betrekken bij beleid en uitvoering/naleving
- Communicatie staat niet op zichzelf: altijd onderdeel van set maatregelen en tools
- Zet in op sociale norm, niet angst



Van campagne naar brede communicatie aanpak

Doorontwikkeling campagne Alleen Samen

- Themacampagnes Testen, Klaar met corona, afstand houden binnen, basisregels, mondkapjes, CoronaMelder (RTV, social, abri's)
- Doelgroep communicatie voor en door de doelgroep, samen met gemeenten en sectoren. Extra aandacht voor jongeren en Nederlanders met een niet Westerse achtergrond
- Jongerencampagne via twee sporen:
 - Daar doe ik het voor (perspectief bieden)
 - Landelijk adopteert lokaal
 - Jongeren zelf in de hoofdrol via straatbeeld en socials
 - Overgenomen door gemeenten, studentenverenigingen, onderwijskoepels, scholen
 - #Hoedanwel?! (mogelijk maken)
 - Daar zijn waar zij zijn. Via jongeren mediaplatforms in eigen beeldtaal (Slam FM, FunX, Vice, Hearst/Cosmo, Glamour, Vogue, Spotify, enz)
- Communicatie naar Nederlanders met migratieachtergrond via gemeenten, religieuze koepelorganisaties, vertegenwoordigers migranten gemeenschappen
- Faciliteren communicatie lokale maatregelen
- Media aanpak
- Aanhakers live events
- Aanhakers actualiteit

28 oktober 2020





Inzet Aandacht voor elkaar

- Aandacht voor de ellende die corona veroorzaakt en hoe dit vol te houden
- 205 actieve gemeenten en organisaties, 72 acties op agenda
- Focus op de inspirerende voorbeelden en creatieve oplossingen
- Samenwerking met partners in zoektocht naar verhalen (bijv. Rode Kruis, Oranjefonds gemeenten)
- In gesprek met elkaar en actieve verspreiding van verhalen via lokale acties, (regionale) RTV, print, socials
- Mediapartnerschappen en online bannering om verhalen aan te jagen
- Inkoop sociale media om specifieke doelgroepen te bereiken
- Thema programma's met Omroep MAX, waarbij samenwerking wordt gezocht met een provincie/gemeenten en een kabinetslid wordt betrokken





Tweede golf heeft een ander geluid

- Onzekerheid, angst en urgentie gaven eerste maanden saamhorigheid en motivatie
- Coronamoeheid en uitzichtloosheid spelen nu een rol (ontbreken perspectief)
- Kennis van de maatregelen is groot, gedrag wijkt af
- Tot komst vaccin blijven golven komen
- Met vaccin nog niet direct terug naar 'normaal'
- Onduidelijke maatregelen, lokale aanpak, achterblijven handhaving, veranderend beleid (bv mondkapjes) en hick ups bestrijden virus (testbeleid en BCO) hebben ook weerslag op communicatie gehad
- Hetzelfde geldt voor het vervagen van zichtbare hulpmiddelen op straat en in winkels

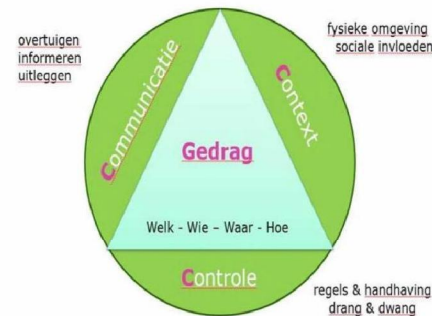


Gedrag: hoe houden we het vol?

Gedrag: hoe houden we het vol?

Gedrag: hoe houden we het vol?

- **Controle:** eenduidig naleefbaar en handhaafbaar beleid
 - Gedrag onderdeel van besluitvormingscyclus
 - Handhaving zichtbaar maken
- **Context:** faciliteren gewenst gedrag (nudging)
 - inrichten buitenruimte, interventies in supermarkten, mensen makkelijker maken om in quarantaine te blijven, reguleren drukte
 - Met en door sectoren en brancheorganisaties
- **Communicatie:** met communicatie zorgen we voor heldere handelingsperspectieven, versterken en belonen we het goede gedrag en communiceren we *over* de context en controle (via Rijk, regio's, sectoren en branches)





Gedrag begrijpen: theorie en monitoring



Figuur 1: Kader Preventiegedrag COVID-19



Waar zetten we nog meer op in?

- Nieuw perspectief inbrengen
 - Mensen makkelijker maken om te gaan met maatregelen
 - Aandacht voor mensen die geraakt worden door de maatregelen
 - Aandacht voor hoe we het als samenleving gaan volhouden
- Mensen motiveren met verdiepende inhoudelijke informatie
 - Iedereen heeft eigen kennis vergaard over het virus: aanpak en maatregelen vraagt om aanvullende ratio en actuele feiten
 - Vertel meer over het virus ("het virus verspreidt zich in een café als volgt...")
 - Laat mensen ook hun eigen intrinsieke motivatie ontdekken om zich aan de regels te houden ("Waarom? ik doe het omdat ik mijn collega's mis")
- Gedrag ondersteunen door niet alleen te communiceren over de inhoud van de regels, maar ook hoe je je aan de regels kunt houden #hoedanwel?
- Heldere en eenduidige communicatie, met lokale en of sectorale invulling



Versterken wij-gevoel

- Versterken wij- gevoel
 - Focus op grote groep mensen die wil doen wat nodig is
 - Niet alleen aandacht voor de zorg en medische kant van het virus, maar ook voor economie, welzijn, sociaal
 - Erkennen effecten van de aanpak op de samenleving en bijsturen waar nodig (flankerend beleid)
- Experts, sectoren, regio, doelgroepen en bestuur trekken samen op om dilemma's te tonen en samenwerking te onderstrepen
- 'Aandacht voor elkaar' uitbouwen: persoonlijke verhalen geven gezicht aan en gevoel bij effecten van het virus
- *Daar zijn waar zij zijn.* Specifieke doelgroepen bereiken via inbreng doelgroep zelf, eigen kanalen, beeldtaal en (lokale) sleutelfiguren



Aanpak

- Gedragsexpertise van beleidsvorming tot persconferentie aan tafel
- Alles op basis van onderzoek en effectmeting, inzet gedrags- en communicatie experts en doelgroep zelf
- Gedragsadviezen vertalen in alle communicatie uitingen
- Nudging en publiekscommunicatie in openbare ruimte
- 'Samen volhouden' als mogelijke trigger voor gedrag
- Opstarten communicatie voor lange termijn gedragsverandering ('leven met het virus')





Hoe doen we dat?

Campagne AlleenSamen

- Met gedragsexperts
 - Nieuw concept gericht op 'Volhouden' via twee sporen
Waarom? en #hoedanwel?! -> #ikdoehetzo
 - verder verbreden in afzenderschap
- Check op 3 C's
- Duidelijke en eenduidige gedragsregels
- 'Customer gedrag journeys' besmettingsbronnen thuis, testen, reizen, werk, sport en horeca
- Intensiveren media inzet RTV, socials, abri's, narrow casting, huis-aan-huis-bladen
- Zichtbaar maken inspanningen in tegengaan maatschappelijke effecten
- Feiten op een rij (heldere visuals plus aandacht voor nepnieuws)
- Aanscherpen doelgroepcommunicatie (waar gaat het mis) via eigen kanalen en lokale sleutelfiguren
- Jongeren campagne doorvertalen naar 12-18 jaar
- Samenwerking met sectoren, branches en regio's verbreden (bv. Werk thuis: VNO-NCW, reis minder: OV, ANWB, lokale doelgroep communicatie, studentenorganisaties)
- Doorbouwen kabinetsbrede media inzet en werkbezoeken naar en van persconferentie samen met sectoren, regio en experts

#aandachtvoorelkaar

- Campagnematig inzetten voor 'hoe houden we het vol'
- Verbinding maken met campagnes over schulden, huiselijk geweld, eenzaamheid, depressie
- (Digitale) werkbezoeken bewindspersonen
- Feestdagen – samen met Eentegeneenzaamheid, Alzheimer NL enz

Planning

week 44

vanaf week 44

vanaf week 44

vanaf week 40

vanaf week 45

continu

vanaf week 44

continu

vanaf week 46

continu

sinds september

Planning

vanaf week 44

vanaf week 45

vanaf week 44



Meer gerichte communicatie

Buurtsuper en moskee gaan helpen bij corona

Buurtsuper en moskee gaan helpen bij corona. De coronacrisis heeft veel gevolgen voor de samenleving. Om ervoor te zorgen dat iedereen veilig blijft, is het belangrijk dat we samenwerken. Buurtsuper en moskee zijn belangrijke partners in deze strijd tegen corona. Ze kunnen helpen bij het verspreiden van informatie en het bieden van ondersteuning aan de gemeenschap.

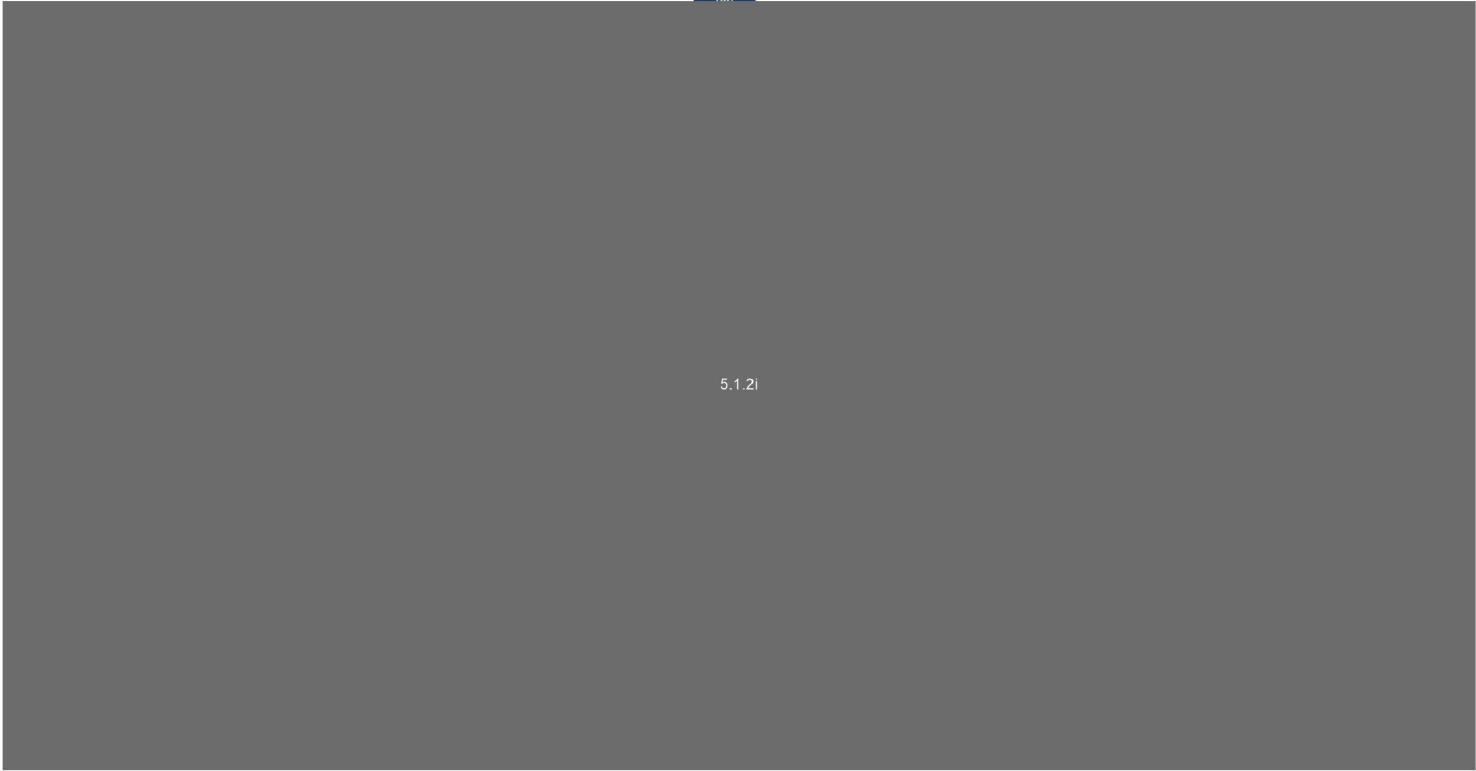




Aanpak langere termijn: een nieuw verhaal

Van 'virus verslaan' naar 'leren leven met het virus'

- Onzekerheid en urgentie gaven in eerste maanden saamhorigheid en motivatie
- Coronamoeheid en uitzichtloosheid spelen nu een rol
- Een 'stip op de horizon' (bv. zomer 2021) biedt ruimte om te overbruggen
- Samenleving inrichten op leven met de maatregelen
- Van gezondheidszorg naar ook sociaal economisch en maatschappelijk welzijn
- Aandacht voor mensen die geraakt worden door de maatregelen
- Aandacht voor hoe we het als samenleving vol gaan houden
- Er blijven onzekerheden onderweg, perspectief (leren leven met het virus) is nodig



5.1.21



Casus thuisblijven: RIVM Gedragsunit

KNELPUNT

mensen die
(mogelijk)
besmettelijk zijn
blijven
onvoldoende thuis



Redenen om niet thuis te blijven, terwijl het wel moet

Praktische redenen

"Tuurlijk, ik ken de regels, maar je moet ook eten en drinken. Zo simpel is het" "Het voelde niet goed om vrienden te vragen om onze honden uit te laten, ook bang dat de honden hen besmetten." "Brood van onze bakker is lekkerder dan van de AH, en de bakker bezorgt niet thuis"

Voor eigen mentale gezondheid

"Na twee weken in quarantaine in een vrij kleine woning met vier besmette personen wilden we wel even een luchtje scheppen, op een rustig moment in het park."

Eigen interpretatie regels

"Ik ben naar het werk gegaan om te vertellen dat ik misschien besmet ben"

Lage risico-inschatting zelf besmet te zijn

"Als ik bij elke snottebel binnen moet blijven, kan ik het hele jaar wel binnen blijven" "Het waren maar hele lichte klachten, geen reden tot zorg"

Lage risico-inschatting om virus te verspreiden

"Even naar buiten om de hond uit te laten terwijl ik niemand tegen kom is toch hetzelfde als in je eigen achtertuin naar buiten gaan."

Sociale druk/werk

Werkgever verwacht bij lichte klachten dat er doorgewerkt wordt / ZZP'ers hebben inkomsten hard nodig

	Zelf klachten (n = 3538)	Zelf positief getest (n = 512)	Huisgenoot klachten (koorts, etc) (N = 177)	Huisgenoot of gezinslid positief getest (n = 588)	Na melding GGD: contact met besmet persoon (n = 481)	Na terugkeer uit oranje of rood gebied (n = 241)
Wel naar buiten geweest	71%	21%	55%	39%	47%	73%



Introductie actie/copingplan

- Inzet op bevorderen naleving gedragsregels door actie/copingplan – Ben jij voorbereid?
 - Gemakkelijk in te vullen voorbereidingsplan voor het geval dat...
 - Via landelijke media (print, social, RTV)
 - Via lokale media met lokale ondersteuningsmogelijkheden en initiatieven



Voorbereid de winter in: thuisblijven bij klachten of quarantaine advies

De 6 redenen om thuis te blijven	1. zelf klachten	huisgenoot klachten	Terug oranje gebied	BCO, corona melder	Huisgenoot positief	6. Zelf positief
Waarom? Effect + Mechanisme	1. verhoogde kan op COVID-19 en dus overdracht virus ook bij geen/milde klachten. 2. Modelleurs: impact van verdubbelen thuisblijven op pandemie?					
Hoe dan?	Doel: 'bij klachten, quarantaine, isolatie blijf ik thuis totdat ...' (kennis van de regels)					
Lijstje erbij: top 10 redenen naar buiten gaan + top 10 oplossingen die werken voor anderen in de situatie.	Als (barriere)		Dan... (oplossing)			
	..ik geen boodschappen in huis heb		heb ik afgesproken met de buurvrouw dat..			
	...ik een hond heb		kan ik via de gemeente gebruik maken van...			
	..ik kinderen heb		neemt de vader van [vriendje] de kinderen..			
	..ik voor iemand buiten het huishouden zorg		vervanging?			
	..ik niet thuis kan/mag werken		mezelf ziek (laten) melden (door de huisarts)?			
	..ik moet werken om financieel rond te komen		financiële compensatie/steun?			
	etc					