



Communicatie Corona- vaccinatie

10 december 2020

Uitgangspunten van de communicatie

Informeren

Mensen helpen om een mening te vormen op basis van objectieve, transparante informatie, en via allerlei middelen verwijzen naar deze informatie.

Belangrijke thema's: veiligheid, doelgroepen, logistiek, informatie.

Motiveren / activeren

Mensen overtuigen van het belang van vaccineren, zowel voor henzelf, als voor andere, ook in het licht van de maatschappelijke en economische belangen.

*Met aandacht voor de
samenhang tussen de 3
onderdelen van de
corona-aanpak:*

- Maatregelen
- Testen
- Vaccineren

alleen samen krijgen we
corona onder controle

Thema's

- **Veiligheid**
 - Snelheid ontwikkeling, goedkeuring (proces), bijwerkingen, lange termijn effecten, ...
- **Logistiek**
 - Opslag/bewaren (spuiten, vaccin, vriezers, PBM, etc), transport, diepgevroren en houdbaarheid, geheim, bewaking/beveiliging, bevoorrading priklocaties (straten, huisarts, instelling), ...
- **Proces algemeen**
 - Uitleggen aan te prikken doelgroep: Informatie over wat men kan verwachten, wie gaat prikken? Waar wordt geprikt? Voor wie? Wanneer? Volgorde in de tijd? Priklocaties (straten, huisarts, instelling), ...
- **Proces voor de ontvanger, praktisch**
 - RIVM – Uitnodiging, Afspraak maken, enz.
- **Vaccineren algemeen**
 - Historisch perspectief en RVP, Wat is het? Hoe werkt het? Waarom vaccineren? Welke rol speelt het in de coronacrisis? Vaccinatiegraad (waarom is het belangrijk?), vergelijking geneesmiddelen en vaccins
- **Samenhang vaccin, testen en maatregelen**
 - Het grote verhaal, praatplaat
- **Soorten vaccins**
 - Verschillen tussen vaccins, waarom krijg ik welk vaccin? Effectiviteit, welk vaccin voor welke doelgroep? ...

Stakeholders

Uitgebreid netwerk binnen verschillende clusters

- Organisaties die de vaccinaties gaan uitvoeren
- Organisaties betrokken bij de logistiek rond de vaccins
- Koepels en vertegenwoordigers van doelgroepen
- Werkgeversorganisaties
- Zorgorganisaties
-

alleen samen krijgen we
corona onder controle

Middelen publiekscommunicatie

- Publieksvoorlichting
 - Rijksoverheid.nl / coronavaccinatie.nl:
 - Q&A, Infographics, enz.
 - Callcenter 0800-1351
 - Vragen beantwoorden op social media via webcare
 - Reguliere routes als tel. 1400 en vraagbeantwoording per mail
- Campagne
 - Radio – start 14 december
 - Online advertenties – start 14 december
 - Televisie – start januari 2021
 - Social post - continu
 - Print – advertentie na goedkeuring EMA, rond 30 december (met doorvertaling online)
- PR
 - Samenwerking met media en ambassadeurs om via reguliere media aandacht te verkrijgen voor 'ons verhaal'.
 - Bijv. artikel in huis-aan-huis bladen vanaf 9 december
 - Andere spontane kansen die zich voor doen.



alleen samen krijgen we
corona onder controle

Aanpak moeilijk bereikbare doelgroepen

- Aansluiten bij NKC-campagnes
 - Jongeren, mensen met een migratieachtergrond
 - Persconferentie in eenvoudige taal
 - enz.
- Speciale middelen
 - Steffie-module
 - Vertalingen (Engels, Arabisch, Spaans, Pools, Turks, Papiamentu/o, Duits, Frans, Bulgaars, Chinees, Fries, ...)
- Route via koepelorganisaties en speciaal te produceren middelen
 - Laaggeletterden / mensen met een beperking
 - Lage SES / Mensen met een migratieachtergrond
 - Jongeren
 - Ouderen
 - Kwetsbaren (via DGLZ)

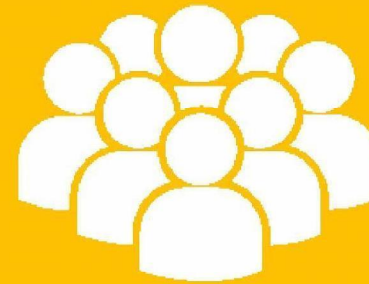
alleen samen krijgen we
corona onder controle

Communicatie naar zorgprofessionals

- De zorgprofessional **als uitvoerder van de vaccinaties**
 - krijgt instructie en informatie van het RIVM. Zie <https://www.rivm.nl/coronavirus-covid-19/vaccins>
- De zorgprofessional **als ontvanger van het vaccin:**
 - Is algemeen publiek, informatie via de reguliere coronakanalen (0800-1351 en rijksoverheid.nl/coronavaccinatie) en via campagne, PR en alle andere in te zetten middelen.
 - Gesprek met koepels (vandaag Verenso, VGN, VenVN en Actiz) over hoe zij kunnen helpen in de communicatie naar de medewerkers in instellingen
 - NB: zorgprofs in de verzorgingstehuizen vaak lage SES of migratieachtergrond, moeilijk bereikbaar en doorgaans niet per se enthousiast over vaccineren. Daarom speciale middelen zoals vertalingen, een hertaling van informatie naar eenvoudige taal, een meer visuele uiting waarin over veiligheid wordt gesproken enz.

alleen samen krijgen we
corona onder controle

Maatschappelijke discussie



- Belangrijkste doelgroepen
- Actief sturen op online/social plus traditionele media
- Inzet experts/witte jassen

Aandacht voor desinformatie

- Beschikbaar stellen van duidelijke, feitelijke informatie en deze goed vindbaar maken, en vragen snel beantwoorden
- Desinformatie actief opsporen en reageren
- Mensen helpen desinformatie te herkennen en hoe ermee om te gaan.
- Klankbordgroep met experts, vaccinatiealliantie, Denktank desinformatie, samenwerking vanuit het RVP (rijksvaccinatieprogramma) en BZK

alleen samen krijgen we
corona onder controle