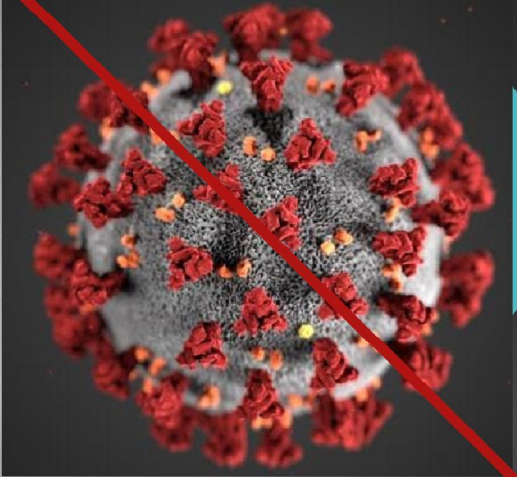


Interventies

CORONA RAPID RESPONSE TEAM



1a. Thuiswerken de norm

- * Doelgroep: werknemer
- * Doelgedrag: werkt thuis

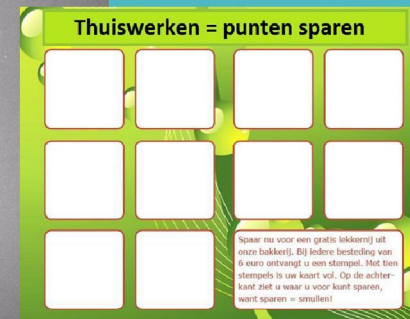
* Factoren van succes

- Weerstand: saai thuiswerken

* Techniek: set completion

* Interventie(s):

- Strippenkaart thuiswerken; iedere keer thuiswerken levert strip op bij een volle strippenkaart krijg je een cadeau van de werkgever.



1b. Thuiswerken de norm

- * Doelgroep: werkgever
- * Doelgedrag: draagt publiekelijk uit dat thuiswerken de norm is
- * Factoren van succes:
 - Weerstand: sceptisch over of werknemer thuis net zo hard werkt
- * Techniek: garanties, goede voorbeeld geven
- * Interventie(s):
 - Werkgever openlijk laten vertellen dat hij/zij thuiswerken stimuleert.

1c. Thuiswerken gezond

- * Doelgroep: werkgever
- * Doelgedrag: draagt publiekelijk uit dat thuiswerken gezond kan

* Factoren van succes

- Weerstand: kan werknemer thuis wel gezond werken

* Techniek: garantie op goede voorbeeld geven

* Interventie(s):

- Prijs voor werkgevers die beste thuiswerkplek faciliteert. Zoals 'great place to work'.



1d. Thuiswerken leuk

- * Doelgroep: werkgever
- * Doel: maakt thuiswerken leuk voor werknemer / faciliteert sociaal contact tussen collega's

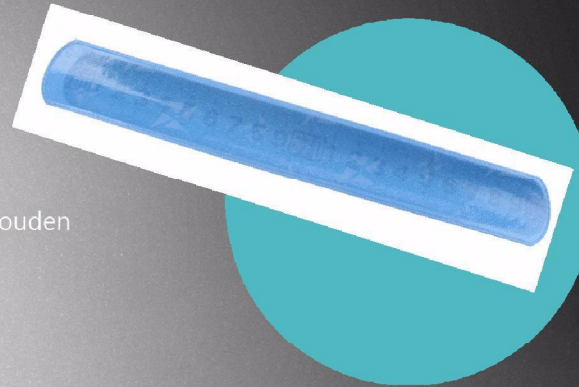
2. Veilig in quarantaine

- * Doelgroep: studenten
- * Doelgedrag: veilig in quarantaine
- * Factoren van succes:
 - Weerstanden: gemeente om vrienden te vertellen over besmetting
 - Omgeving: hele studentenhuus moet in quarantaine bij positief geteste
- * Interventie: corona hotel
- * Risico's:
 - Het wordt te leuk om het Corona-hotel: jongeren willen graag Corona.



3. (klap) Armbandje

- Doelgroep: iedereen
- Doelgedrag: armbandje bestellen en dragen
- Factoren van succes:
 - Weerstand: Mensen vragen anderen te vragen afstand te houden
 - Vergeten
- Interventie: armbandje dragen
 - Reminder to self
 - Sociale norm zichtbaar maken
 - Risico-stuning: als je je hand ziet zonder bandje, met boog omheen lopen
- Risico:
 - Tegenstellingen veroorzaken. Mensen van viruswaanzin spugen je in het gezicht
 - Armbandje niet altijd zichtbaar



4. Loterij

- * Doelgroep: iedereen
- * Doelgedrag: afstand houden

* Weerstand:

- Vergeten
- Te druk
- Niet durven vragen

* Techniek: belonen / leuk maken

* Interventie

- Foto's opsturen voor mensen laten zien dat ze afstand houden.
- Iedere dag na Nieuwsjournaal (o.i.d.) wordt (geld)prijs uitgereikt aan de foto van de dag.



5. Zeepje

- Doelgroep: iedereen
- Doelgedrag: handen wassen

- Vraagstukken:

- Vergeten
- Geen zin

- Techniek: belonen / straf maken / set completion

- Interventie:

- Handzeep met poppetje in het midden
- Hoe vaker je je handen wast, hoe dichterbij het poppetje je komt
- Spaar alle poppetjes die er zijn!

- Risico's:

- Is handzeep net zo goed als vloeibare zeep?
- Te veel op kinders niveau gericht?



6. Reminder aan handwasregel

- * Doelgroep: iedereen
- * Doelgedrag: handen wassen
- * Weerstand:
 - Vergeten
- * Techniek: reminder momentum
- * Interventie
 - Sticker handen wassen op de voordeur/bij binnenkomst (bijvoorbeeld bij handzeep)
 - Sticker handen wassen op andere plaatsen in huis

7. Boodschappen richting geteste mensen 'hou vol'

- * Doelgroep: geteste mensen
- * Doelgedrag: blijven thuis tot testuitslag
- * Factoren van succes
 - Optimisme bij het wel niet hebben
 - Geen zin om thuis te blijven als je je niet ziek voelt
- * Techniek: belonen
- * Interventie
 - Geteste mensen SMS'je sturen, nog x dagen tot de uitslag.
 - Hou vol
 - Complimentjes om blijf thuis met leuke gifjes
 - BV: Mark Rutte, Hugo de Jonge en andere ministers die met confetti dansen.



8. Cadeautje voor na testen

- * Doelgroep: geteste mensen
- * Doelgedrag: blijven thuis tot testuitslag
- * Factoren van succes:
 - Optimisme bias: al het wel niet hebben
 - Geen zin om thuis te blijven als je je niet ziek voelt
- * Techniek: belonen
- * Interventie
 - Cadeaubon voor om thuis kijken, omdat je thuis moet blijven na test.
- * Risico:
 - Teveel mensen laten zich testen.

9. Uitvraag interventie concepten

- Doelgroep: gedragswetenschappers en burgers
- Doelgroep: genereren voor gedragsinterventies
- Interventie
 - Prijsvraag onder gedragswetenschappers en/of burgers waarbij ideeën voor gedragsinterventies kunnen worden opgestuurd
 - Jury van experts kiest X kansrijke concepten om experimenteel te testen
 - Winnaars- in het geval van gedragswetenschappers – worden actief betrokken bij het uitwerken en implementeren van het gedragsexperiment



10. NOS-stories – achtige berichtgeving

- * Doelgroep: jongeren (18 tot 40 jaar)
- * Doelgedrag: nemen belangrijke Corona-informatie tot zich

* Factoren van succes:

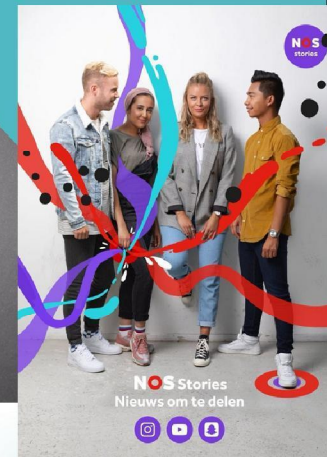
- Zitten niet op traditionele media

* Weerstanden:

- (Traditionele) media zijn suf
- ...

* Interventie:

- Social media campagnes
- Ludieke acties op facebook/instagram/twitter/tiktok etc.



11. Smart distance

Bevindingen Smart Distance Lab – Kromhouthal – Amsterdam

- * Doelgroep: bezoekers van bioscopen, musea, events, supermarkten, etc.
- * Doelgeragte acties: handen wassen, handen desinfecteren bij binnenkomst
- * Interventie opties:
 - maak een looproute (met hier en daar shortcuts)
 - koppel de handenreiniging pompjes elektronisch aan een stoplicht. Bij gebruik groen licht, anders rood. Dit zou ook in supermarkten en andere openbare gelegenheden kunnen werken.

12. Angst

- * Doelgroep: iedereen
- * Doel: voelt de urgentie weer
- * Techniek (leeractiviteit)
- * Interventie(s):
 - ?

