

| | | | |
|--|--|--|---|
| 1. Doelgroepen in alle regio's (Sheet 2) | <ul style="list-style-type: none"> • Communicatie gericht op 5 doelgroepen: jongeren, studenten, mensen met migratieachtergrond, kwetsbare mensen (w.o. verpleeghuizen) en werkgevers. Inzet van ambassadeurs. • Organisaties van migranten worden gevraagd om hulp te bieden met maatwerkcommunicatie aan de achterban. • Met gezelligheidsverenigingen, onderwijsinstellingen en organisaties voor huisvesting wordt gesproken hoe basisregels beter kunnen worden nageleefd. | | |
| 2. Opties voor hoog impact maatregelen gericht op: 1) verminderen contactmomenten in horeca 2) Groepsvorming binnen waaronder feestzalen (Sheet 3) | <ul style="list-style-type: none"> • Maatregel horeca, zoals: inlooptijd tot 12 uur, muziek zachter vanaf dat moment. • Maatregel groepsvorming, zoals: groepen van groter dan 100 binnen verboden. • Beide maatregelen na aanwijzing Rijk met regionaal flankerend beleid en steun. | | |
| 3. Regionaal specifieke maatregelen, incl. voorbeelden voor G3 | Voorbeelden Amsterdam (niet uitputtend) Beperken contactmomenten: <ul style="list-style-type: none"> • Verbieden van sociale activiteiten gericht op jongeren en studenten Communicatie: <ul style="list-style-type: none"> • Gericht op het veilig organiseren van feestjes in huiselijke kring Kwetsbaren beschermen: <ul style="list-style-type: none"> • Bloktijden in bv winkels, openbare gelegenheden en musea voor ouderen. | Voorbeelden Rotterdam (niet uitputtend) Beperken contactmomenten: <ul style="list-style-type: none"> • Meldplicht voor bijeenkomsten van >100 personen • Oproep om op drukke momenten niet naar bepaalde gebieden te komen • Aanspreken markten en supermarkten op naleving. Kwetsbaren beschermen: <ul style="list-style-type: none"> • Bloktijden in bv winkels, openbare gelegenheden en musea voor ouderen. | Voorbeelden Den Haag (niet uitputtend) Beperken contactmomenten: <ul style="list-style-type: none"> • Meldplicht voor bijeenkomsten van >100 personen |

StaVaZa pakket high-impact maatregelen (versie call VR-en 16 september om 15:00)

Horeca

- Laatste inlooptijd voor horeca om 12 uur in de nacht (eet- en drankgelegenheden, inclusief terras en evenement).
- Muziek vanaf 12 uur in de nacht zachter.
- Ondersteund door aanwijzing van het Rijk met regionaal flankerend beleid en steun.
- Beslispunt: sluitingstijd horeca.

- Bereidheid bij Rotterdam en Amsterdam. Mogelijk ook bij Haaglanden en Kennemerland.
- Utrecht en Hollands-Midden vooralsnog alleen als er meer onderbouwing is dat daar besmettingen optreden in de horeca.

Feesten, partijen en evenementen

Pakket maatregelen:

- Aanschrijven van zalencentra "houd je aan de regels"
- Meldplicht voor alle evenementen boven de 100 man
- Maximale groepen binnen beperken tot maximaal 100 man.
 - Geeft signaal van urgentie en breekt grote feesten in zalencentra op (geen afstudeerfeest met +100 man)
 - Uitzonderingen voor uitvaarten, [...]
 - Omvang van 100 beperkt economische nevenschade bij eet- en drinkgelegenheden
- Elk evenement heeft eigen professioneel toezicht
- Niet naleven regels = 2 weken dicht

Gezamenlijke communicatie naar vijf doelgroepen

➤ **Uitgangspunten communicatie**

- Regio's en Rijk trekken gezamenlijk op met een gezamenlijke boodschap naar cruciale doelgroepen voor het tegengaan van de verspreiding van het virus.
- De doelgroepen zijn: 1) jongeren, 2) studenten, 3) migranten, 4) werkgevers en 5) kwetsbare groepen incl. omgeving.
- Daarin wordt zo goed mogelijk aangesloten bij de specifieke situatie in de doelgroep en in de regio.
- Daar waar mogelijk inzet van ambassadeurs: gezaghebbende individuen of organisaties binnen de doelgroep.
- Zoveel mogelijk via kanalen waar doelgroep zich al bevindt.
- Focus meer gericht op het 'waarom' en het 'hoe dan' – gericht op betere naleving van bekende regels.

➤ **Voorbeelden acties per doelgroep:**

- 1) Voor jongeren: landelijk uitrollen campagne Amsterdam gericht op motivatie jongeren (actie Rijk). Via mediamerken doelgroepgerichte content verspreiden over hoe je je aan regels kunt houden (actie Rijk).
- 2) Voor studenten: aanspreken instellingen, bijvoorbeeld via rector magnificus (actie regio's ism OCW). Aanspreken studenten via organisaties (actie regio's).
- 3) Voor migranten: via lokale netwerken van migranten, bijv. moskee of buurthuizen, informatie verspreiden over belang en naleving regels, met aandacht voor het 'hoe dan' (gemeenten en regio's, Rijk faciliteert waar nodig).
- 4) Voor werkgevers: via werkgeverskoepels én direct naar werkgevers benadrukken belang thuiswerken en inrichten van werkplekken op Covid-proof wijze (actie regio's en Rijk).
- 5) Kwetsbare groepen: communicatie richting patiëntorganisaties, zorginstellingen etc, gericht op doelgroep maar ook op personeel dat met doelgroep werkt – besmetting via anderen voorkomen (actie regio's en Rijk).