

Sinds het begin van de coronacrisis is er door de Rijksoverheid en andere partijen veel gecommuniceerd over corona en met name over de maatregelen om corona onder controle te krijgen. Onder meer via de publiekscampagne 'Alleen Samen'. Sommige experts vinden dat er nog meer gecommuniceerd moet worden, maar meer lijkt niet altijd beter. Zo blijkt uit de verschillende onderzoeken vanaf het begin van de coronacrisis. Het is daarom maar zeer de vraag of meer communicatie de oplossing is voor een betere naleving.

#### **Herkenning campagnes ligt een stuk hoger dan gemiddeld**

De herkenning van zowel de koepelcampagne 'Alleen Samen' als de vaccinatiecampagne liggen ver boven het gemiddeld van Rijksoverheid-campagnes. Voor beide campagnes ligt dit op ongeveer 88% terwijl het gemiddelde op zo'n 78% ligt.

(bron: effectmetingen koepel- en vaccinatiecampagne)

#### **Men is 'coronamoe'**

Al een paar weken na het begin van de coronacrisis werd men 'coronamoe'. Men werd het zat dat het alleen maar over corona ging, in het nieuws, in praatprogramma's en in reclames daar tussenin. Dat is zo gebeven tot nu toe en wellicht zelfs erger geworden. Hoewel men ook meer gewend is geraakt aan alle communicatie rond dit onderwerp.

Er zijn al veel boodschappen gedeeld. Daardoor kan een nieuwe campagne snel als herhaling worden opgevat ('dat weten we al'). Het bieden van kennis die men al heeft kan leiden tot communicatiemoedigheid. Het risico daarvan is dat de communicatie geen impact meer heeft.

(bron: debrief concepttest corona koepel, nov 2020)

#### **Betrouwbaarheid/geloofwaardigheid informatie is lastig in te schatten**

In het algemeen beseft men dat deze informatie niet altijd objectief is. De meesten realiseren zich dat op social media vaak de extremen naar voren komen. Ook vindt een deel dat de berichtgeving in de reguliere media (actualiteiten, praatprogramma's) eenzijdig is en onvoldoende de verschillende kanten en nuances van het vraagstuk belicht. Hierdoor bestaat bij hen een zeker wantrouwen ten opzichte van alle informatie rondom het virus en de vaccinatie.

De overheid wordt in het algemeen gezien als een betrouwbare bron, al zijn sommigen wel van mening dat de strategie m.b.t. de bestrijding van het virus, de vaccinatie en de informatievoorziening hieromtrent, niet altijd logisch, consistent en volledig is. Dit gaat voor hen ten koste van de geloofwaardigheid van de overheid.

(bron: verdiepend kwalitatief onderzoek vaccinatie twijfelaars, jan 2021)

Er zijn heel veel verschillende standpunten, berichten en experts zijn die langs allerlei bronnen tot mensen komen: Rijksoverheid (persconferentie, website), RIVM, GGD, praatprogramma's, kranten, online bronnen (social media, nieuws apps, andere websites). Deze bronnen spreken elkaar nogal eens tegen en dat is verwarrend: Welke moet men nu geloven? Werken mondkapjes nu bijv. wel of niet?

(bron: verdiepend kwalitatief onderzoek n.a.v. persconferentie, nov 2020)

### Wat werkt dan wel?

Er speelt namelijk wel onduidelijkheid over de maatregelen, maar daar kan communicatie maar deels een oplossing in bieden. Indien verkeerd ingezet, kan het ook averechts werken. Zie ook het rapport van het kwalitatieve verdiepende onderzoek naar aanleiding van de persconferentie van 3 november 2020 (4164769):

### Kennis van de maatregelen wordt lastiger

Men is redelijk op de hoogte van de maatregelen, maar niet 100% zeker van de maatregelen. Mensen onthouden vooral wat voor hen persoonlijk relevant is/ de meeste invloed op hun leven heeft. Verder horen we dat men wat minder geconcentreerd luistert naar de nieuwe maatregelen dan in maart. Het 'nieuwe' en 'spannende' is er een beetje vanaf.

Eventuele verwarring over de maatregelen komt door:

- **Continu veranderende regels**  
Wat is nu de laatste status? Maatregelen worden steeds aangepast en er gelden uitzonderingen.
  - Sinds maart zijn regels ingesteld, versoepeld. Vervolgens zijn ze in aangepaste vorm ingevoerd en daarna verder aangescherpt: horeca en culturele sector die wel niet open zijn, wisselende bezoekersaantallen, het aantal toegestane personen bij een uitvaart of waar je binnen/buiten mee kunt afspreken.
  - Maatregelen worden soms kort na de aankondiging toch weer aangepast: bibliotheken en buurthuizen gaan dicht, maar sommigen toch weer deels open. Mensen vernemen dit via het nieuws, social media, via desbetreffende instanties zelf of van horen zeggen/het eigen netwerk.
- **Vrijblijvend** - De dringende adviezen (geen regels) bieden ruimte voor eigen interpretatie. Iedereen kan er anders mee omgaan. Dat geldt voor burgers, denk aan het wel/niet reizen naar het buitenland, wel/niet noodzakelijk reizen, wel/niet een mondkapje op. Maar mensen merken ook dat organisaties/ instanties en bedrijven soms net even anders omgaan met de maatregelen. Dit leidt tot verwarring, irritatie en ondermijnt uiteindelijk ook gevoel van solidariteit.
- **Te weinig duidelijkheid** - Men begrijpt de maatregelen niet altijd goed: bijvoorbeeld wanneer is iets een 'noodzakelijke reis'? Mag een student in het weekend naar zijn ouders? Ook het waarom erachter is soms onduidelijk.
- **Tegenstrijdigheden** - De regels lijken soms onlogisch: Waarom mag je niet naar het theater waar alles goed geregeld is, maar wel naar IKEA of Action waar veel meer mensen bij elkaar zijn? Waarom mag je niet buiten sporten in groepsverband met voldoende afstand, maar wel binnen in één ruimte van dezelfde apparaten gebruik maken? Waarom moet je op de ene plek wel een mondkapje dragen en ergens anders niet? Ook de boodschap om nu streng te zijn en straks samen kerst te vieren voelt tegenstrijdig. Mensen vragen zich af of ze daarna dan weer terug moeten naar de situatie van nu.
- **Verschillende bronnen** - Wat tenslotte niet helpt is dat er heel veel verschillende standpunten, berichten en experts zijn die langs allerlei bronnen tot mensen komen: Rijksoverheid (persconferentie, website), RIVM, GGD, praatprogramma's, kranten, online bronnen (socialmedia, nieuws-apps, andere websites). Deze bronnen spreken elkaar nogal eens tegen en dat is verwarrend: Welke moet men nu geloven? Werken mondkapjes nu wel of niet?

Vanuit de overheid zijn er verschillende zaken waarmee burgers geholpen kunnen worden om zich makkelijker aan de maatregelen te kunnen houden.

- **Een duidelijk tijdspad** –Men wil weten wat men kan verwachten en wanneer de overheid hierover beslist. Elke week een vast voorlichtingsmoment kan hierbij helpen. Zo hebben mensen iets om zich aan vast te houden en ‘naar toe te werken’. Ook de routekaart helpt hierbij, mits de overheid de maatregelen toepast die bij de fase horen.
- **Eenduidige en directe boodschap** –Er is behoefte aan informatie die maar op 1 manier te interpreteren is, zonder allemaal uitzonderingen.
- **Perspectief** –Men wil graag een perspectief geboden krijgen. Bij welke aantallen is het weer mogelijk af te schalen zonder dat er daarna weer een aanscherping nodig is bij oplopende aantallen. Het vooruitzicht misschien weer terug moeten naar strengere maatregelen vindt men ontmoedigend.
- **Van streng naar minder streng** –Het lijkt er daarom op dat men liever nu de pijn neemt om daarna langzaam de draad weer op te pakken. Dat is een fijner vooruitzicht dan ‘jojo-en’. Dat maakt de maatregelen ook beter vol te houden.
- **Successen delen** –Er is behoefte aan een positieve boodschap. Als mensen horen dat de maatregelen helpen (dalende cijfers), motiveert dat om zich eraan te houden.
- **Positieve toon in communicatie** –De manier waarop de maatregelen verteld worden kan positiever vinden sommigen en berichtgeving mag ook speels en kort. Zoals via socialkorte teksten delen waarin de maatregelen op een grappige manier verteld worden: *‘Bill wil niet langer thuis blijven, daarom draagt hij een mondkapje. #BeLikeBill. ‘Nu eten afhalen, maar straks weer naar een restaurant #WeLikeTheHoreca’*. Blijf ook de waardering voor de zorgmedewerkers en mensen werkzaam in vitale beroepen uitspreken zoals in maart en april.
- **Strengere handhaving** –Velen vinden het fijn als maatregelen zoals de 1,5emeter en mondkapjes beter gehandhaafd worden. Men benoemt vooral de handhaving op straat (groepsvorming) en in de supermarkten (1,5emeter, alleen komen en mondkapjes dragen). Men vindt dat winkelpersoneel (of de managers) een verantwoordelijkheid te nemen hebben. Tegelijkertijd is er ook het besef dat dit allemaal erg lastig te realiseren is.
- **Het goede voorbeeld geven** –Het blijft belangrijk dat ook mensen in voorbeeldfuncties zich in het openbaar aan de maatregelen houden (ministers, Koning), maar ook bv. winkelpersoneel.
- **Doordringen van het gevaar** –Het blijft nodig om mensen ervan te doordringen hoe gevaarlijk het virus is. Testimonials van (ex-) patiënten en verplegend personeel helpen hierbij.