

## Uitdagingen

Thema/project/bron	Uitdaging	Waarom/toelichting + hoe in vervolg (=geleerde les)
CoP communicatie 16/2	Tegenslagen gehad - communicatie niet ideaal verlopen.	Nu: verschillende partners van culturele groepen aangesloten om iedereen goed te bereiken. Charlois: 70.000 mensen. 6 verschillende talen. Laagdrempeligheid - stimuleren testbereidheid
	Charlois niet direct iets aan de hand - aanleiding is anders dan Lansingerland. Charlois dacht is hier ook iets aan de hand? (antwoord, nee is pilot GRT.	
	Last gehad van weer en datadiefstal - minder opkomst dan verwacht.	Wat doet extra communicatie met onderzoek, meten testbereidheid in basis?
	dilemma onderzoek vs openheid	Charlois: Bewust inzet testbussenbussen en niet grootschalig vanwege vraag wat bussen doen met testbereidheid. Niet zuiver meer als je overal brief in bus doet. Aanpak op doel. Toch 'verwarring' over doel pilot in Charlois (zie ook boven) → communicatie key
	Landelijk andere communicatie over doel pilot doen regionaal	Risicogericht in Dronten volgens landelijk communicatie. Na correctie van Minister, rust wedergekeerd
	Op allerlei lagen wordt je boodschap uitgedragen. Weekend dat ging keren was door uitspraak MP - die hakte er in.	Goed gecorrigeerd, daarna wegebben.
	Geruchten: mensen die al Corona hebben gehad zijn bang voor positieve test door 'oude' antistoffen en zo onnodig in quarantaine moeten	

## Successen

Thema/project/bron	Kern succes	Waarom/toelichting (= geleerde les)
CoP communicatie 16/2	Testbussen	Laagdrempelig om te laten testen. goed effect voor opkomst
	Testbussen langer laten staan	Slaat goed aan
	dilemma onderzoek vs openheid: aan de voorkant pers/commerciële partijen betrokken	Bunschoten: herkenbaar dilemma, hier geen probleem met pers. Wel dominant, maar positief. Aan het begin - voor start pilot- , met commerciële man gezeten en veel afgekocht mbt interviewruimte en banners. Geld doet wat, nu minder geneigd om pilot negatief te framen (leermoment: betrek ze aan de voorkant, dit zit er voor jullie in). Soort samenwerking waardoor kritische noot achterwege wordt gelaten.
	Betrekken sleutelfiguren uit alle hoeken van de samenleving	Bunschoten: aan de voorkant met sleutelfiguren gesproken, inclusief burgemeester, benadrukken belang boodschap uitdragen. 6 ambassadeurs nu, uit alle hoeken van de samenleving betrokken. Op allerlei lagen wordt je boodschap uitgedragen. Dat persoonlijke - mensen die je verhaal verder vertellen- is nodig.

## Inzichten

Thema/project /bron	Inzicht	Geleerde les
CoP communicatie 16/2	Organisatie en communicatie ligt in elkaar verlengde	Luistert nauw. Bv Lland: vanuit organisatie kijken wat je aan kan, kan iedereen brief sturen, maar je wilt ook iedereen binnen bepaalde tijd hebben. Geen rijen bv krijgen, dus tijdsvakken.
	Communicatie = maatwerk	goed kijken naar gebied en wie daar wonen. Doel <i>an sich</i> belangrijkste hoe je het aanpakt.
	1 kanaal voor alle vragen.	Ook dankbaarheid dat snel wordt gereageerd. Nazorg is belangrijk. Corona coördinatieteam die dit doet. (iktestmee/dronten oid). In 1 kern geen testlocatie: veel roering geweest, nu standaard antwoord op. Snel reageren helpt.
	kennisachterstand over maatregelen resulteert in dat men niet weet wat te doen ook.	Charlois: folder na testen eigen draai aan gegeven: eigen format en talen om zo goede info te verstrekken aan mensen die zich laten testen. Stijl GGD en ingespeeld met beelden en vertalingen, beter aansluiten bij doelgroep Gemeente Rotterdam voor ouderen quarantaine pakket.  Dronten: thuisblijftas. Samenwerken met lokale partij die mensen helpt die die positief getest zijn. Lokale vertaling van landelijk.  Bunschoten: lok=kale welzijnsorganisatie (de Boelij) bellen na als iemand positief getest is voor simpele hulp, hond uitlaten, kinderen naar school brengen, etc. Van te voren ook aangekondigd. Indien degene die nabelt problemen proeft met werk: netwerk van ambulante handelaren ingezet om elkaar te ondersteunen.
	Breng geleerde lessen bij elkaar	GGD-GHOR speelt bijvoorbeeld ook een rol in techniek, communicatie en middelen.
	Ambassadeurs krijgen veel over zich heen	Lokale inwoners, moeten sterk in schoenen staan, social media is enorm hard. Van te voren niet zo