

26022021 extra overleg mbt terrassen en communicatie

Hoe kan communicatie bijdragen aan het versterken van de huidige aanpak?

Aanleiding:

Op dinsdag 23 februari is een voorzichtige versoepeling van de lockdown aangekondigd. Zo mogen mensen met contactberoepen, zoals kappers en masseurs, vanaf 3 maart hun beroep weer uitoefenen. Maar er zijn ook beroepsgroepen die nog niet genoemd zijn. Dat resulteerde de afgelopen week in rechtszaken, negatieve publicaties in de media en voornemens om bijvoorbeeld de terrassen te openen. Deze acties leiden tot steeds meer sympathiek bij bijvoorbeeld een aantal burgemeesters en ook de politiebond.

Doel van overleg:

Analyseren wat er speelt.
Welk advies volgt daaruit?
Welke aanpak past daarbij?

Deze sessie is inspirerend bedoeld. Het doel is niet om straks een gezamenlijk plan te hebben, voor iedere regio zal dit anders kunnen zijn. Wel wisselen we ideeën met elkaar uit. In de groepsapp vinden jullie ter inspiratie de landelijke lijn van woordvoering mbt de horeca.

1. Wat speelt er?

– Een grote groep Nederlanders wil nog altijd het goede doen. Maar de horeca steunen, voelt voor sommigen ook als het goede doen.

“Veel komt vanuit het goede van mensen. Mensen willen liever op het terras dan in een overvol park zitten.”

“We zien en horen dat mensen zich wel aan de regels willen houden, maar ze begrijpen ze niet meer. Ze gaan dan toch al de grens over van iets waar ze zich niet aan konden houden. Daardoor is de weg vrij om het vaker te doen.”

“Ik zie ook veel sportgroepen in parken. Is de aanleiding niet dat mensen naar buiten willen? Sporten is 1 en dan willen we ook naar het terras. Komt door het mooie weer. En mensen zien niet in waarom niet.”

– Boodschappen, zoals 'hou vol' zijn uitgewerkt. Het maatschappelijk sentiment verschuift.

– Bestuurders verschillen nu van elkaar in wat ze vinden en zeggen.

– Alternatief op 'terrassen open'

“In Zwolle worden de terrassen afgezet met een rood-wit-lint. Er wordt opgeroepen juist niet op de terrassen te gaan zitten. Maar wel massaal af te komen halen en ergens in de stad buiten dit te nuttigen. Daarmee houd je je aan de regels maar creëer je ook druk om meer ruimte in de maatregelen te krijgen voor bijvoorbeeld terrassen. Focus op wat wel kan. Zoek naar initiatieven binnen de maatregelen.”

– Basisregels raken vergeten of zijn onduidelijk.

“In Rotterdam zien we dat er moeite is met de regel: houd afstand, vermijd drukte. Wij gaan weer

op de 1,5 meter afstand zitten. Dat is duidelijker. Wat is 1,5 meter afstand? Hoe kunnen we helpen dat duidelijk te maken?"

"1-persoon-op-bezoek-regel, begrijpen mensen niet."

2. Welk advies volgt hieruit?

- Focus op de middengroep. Wat kan wel? Blijf in verbinding met de samenleving die het publieke debat bepaalt.
- Zoek naar nieuwe boodschappen ipv 'hou vol'.

"Beter laten we zien: zo kan het ook. Goede voorbeeld geven. Het is lastig om aan te sluiten op de regels die er nu zijn. Probeer meer de nadruk te leggen op wat wel kan. Beeldend neerzetten."

"Het lijkt me goed doelgroepen toe te gaan passen. Wij denken na over een campagne. Gericht op de groep die zich wel aan maatregelen houdt, maar net een steuntje nodig heeft om niet om te slaan naar de andere kant."

"Mensen snakken naar positief nieuws. Positiviteit en goede voorbeelden kunnen van meerwaarde zijn om vol te houden."

"Het vertrouwen loopt terug. We moeten de stille meerderheid meer een stem geven. Dat gebeurt nu te weinig. De ellende van corona zien we ook niet meer. Tegengeluid zie je overal. Ik zou meer goede voorbeelden willen tonen. Ook horeca-ondernemers die het nog even proberen uit te zingen."

- Bied perspectief.

"Het statement van burgemeester Gelderland-zuid is op dit moment: Het valt niet mee, het wordt tijd voor verruiming, vooral buiten. We zijn in gesprek, maar dit zijn wel de regels. Het lijkt perspectiefloos. Laten we ons richten op de middengroep en ergens perspectiefschetsen: er wordt aan gewerkt maar hou je aan de regels."

"Goed om aan te geven: er komt een nieuwe persco aan. Daarin zijn ze druk bezig met de voorbereiding om de terrassen te openen. Hoe moeilijk het ook is: toch nog: hou vol. Mensen willen weten wanneer iets wel kan."

- Bestuurders moeten op 1 lijn zitten.

"Mensen handelen in de geest van de wet. Voor ons (politie) is het belangrijk dat er duidelijkheid komt. Als regels regionaal gaan verschillen, is dat onduidelijk. Bestuurders moeten op 1 lijn zitten, hoe moeilijk het ook is. Daarmee is de politie geholpen. Wat kan wel binnen de regels?"

- We moeten mensen weer meer gaan begeleiden. Hier en nu.

"Mensen zien mooi weer en stappen naar buiten. De Nederlandse bevolking doet wat zij wil. Er wordt de laatste tijd te veel gefocust op het uitleggen van alle maatregelen, wat mag wel wat mag niet. In het begin was het meer van: hoe doe je dat? Mensen liepen met hoepels door parken. Zou goed zijn om nog eens ter plekke mensen te gaan ondersteunen. Je kan beleid niet met communicatie oplossen. We moeten meer naar het hier en nu: begeleiden."

(Mensen met gele hesjes zie je niet meer. Stickers op de grond loop je gewoon overheen.)

3. Welke aanpak past hierbij?

– De basisregels meer onder de aandacht brengen.

Hier wordt ook rijksbreed aan gewerkt met campagnes.

Advies vanuit gedragsanalyse om de boodschap te communiceren: ‘Het kost ons weinig om ons aan de basisregels te houden en we scheppen er veel ruimte mee.’

“Wij gaan weer meer focussen op testen en thuisblijven.”

“Coachend handhaven, bijvoorbeeld in winkelcentra. Hoe houd je 1,5-meter afstand?”

– Geef ook stille geluiden nadrukkelijk een stem. En de medische benadering doet er ook toe.

– Positieve geluiden laten horen.

“We denken aan een Brabantse campagne. Lichtpuntjes. Wat maakt me blij in deze zware tijd. Wat zijn lichtpuntjes? Mooi weer: naar buiten. Met de hond wandelen. Kleine praktische dingen met een Brabants tintje. En het Brabantse volkslied.”

“Goede initiatieven vanuit de horeca zullen uiteindelijk meer empathie veroorzaken in de samenleving.”

Oproep:

Deel initiatieven en goede voorbeelden met elkaar in de groepsapp.