



Nationaal Coördinator
Terrorisbestrijding en Veiligheid
Ministerie van Justitie en Veiligheid

Publiekscommunicatie Covid-19

Communiceren tijdens en over de tweede golf

NKC

11 oktober 2020

NCTV



Analyse: media en publiekspeilingen

- Kennis van de maatregelen is hoog, houding is positief (maar tanende), gedrag wijkt af (er is nu meer nodig om gedrag te beïnvloeden)
- Polarisatie neemt toe: tegenpolen worden steeds meer zichtbaar, zowel in gedrag (wel/niet regels volgen) als in houding (virus wel/niet ernstig, sociaal-economische gevolgen wel/niet in verhouding)
- Discussie over verschil eerste (urgent, weinig zicht) en tweede golf (minder urgent, meer zicht) neemt toe
- Behoefte aan eenduidigheid en standvastigheid van beleid (strategie), maatregelen (en effecten) en boodschap
- Draagvlak voor stevige, landelijke maatregelen
- Steeds meer zorgen over de gevolgen voor de Nederlandse samenleving: schulden, eenzaamheid, zorgmijding.
- Steeds meer zorgen over gevolgen voor bedrijven en hun werknemers



Advies: appelleren aan gemeenschappelijkheid

- We **vergroten de naleving** door te **appelleren** aan de gemeenschappelijkheid en bereidheid van de brede middengroep en zorgen dat ze in het midden blijven (begeleiden en belonen gedragskeuzes). Individuele excessen zijn niet de norm.
- We **kanaliseren de discussie** door een helder verhaal met inhoudelijke verdieping over overtuigende kennis van (de verspreiding van) het virus, afwegingen en keuzes en de verbinding tussen mening, advies en besluitvorming.
- We **vergroten de urgentie** door transparant te zijn over alles wat we niet weten: alles wat we weten bepaalt de aanpak (maximale controle), alles wat we niet weten bepaalt de urgentie van ingrijpen en naleving (controle kwijt).
- We **erkennen openlijk de effecten** van de aanpak op de samenleving.
- Meer aandacht voor **noodzaak langdurige gedragsverandering** ook als maatregelen tijdelijker zijn.
- We zijn **consistent en absoluter** in boodschap en toon (Blijf thuis i.p.v. verminderen sociale contacten, draag een mondkapje i.p.v. dringend advies).



Aanpak

- Communicatie-inzet besluitvorming 13/10 als eerste stap in houdbare, heldere lange termijn communicatiestrategie en narratief.
- Uitlegbaarheid van maatregelen onderdeel van besluitvorming.
- Inzet gedragsexpertise voorafgaand aan besluitvorming intensiveren
- Intensivering samenwerking sectoren, branches en regio's op het gebied van de naleving van maatregelen en gedragsadviezen (bv. Werk thuis: VNO-NCW, reis minder: OV, ANWB).
- Gecoördineerde inzet van combinaties van bewindspersonen, burgemeesters, experts, wetenschappers, influencers (in media en in andere vormen).
- Versterking van gezamenlijke overheidscommunicatie (Rijk en regio): *activeren Nationaal Kernteam Crisiscommunicatie*.
- Naast persconferentie (gericht op korte termijn maatregelen) aanvullende communicatie voor lange termijn gedragsverandering (o.a. via adaptieve campagne AlleenSamen en doelgroepcommunicatie).
- Advies vertalen in speech, QA's, visuals, socials, campagne, customer journeys, onderzoek.
- Continu doorontwikkelen gerichte content om bestaande kennis van (de verspreiding van) het virus onder de aandacht te brengen.
- Inspanningen kabinet maatschappelijke effecten onderdeel van communicatie: 1 tegen eenzaamheid, schuldenaanpak, werkgelegenheid, Aandacht voor elkaar.



Acties 13/10

- Bouwstenen voor narratief en speech: perspectief - urgentie – afweging – appelleren – consistent – voorspelbaarheid
- 'Quick-win' advies gedragsexperts
- Maken van (media)combinaties en uitvoeren mediastrategie voorafgaand en na persconferentie
- Samen optrekken met sectoren, branches en regio's op het gebied van de naleving van maatregelen en gedragsadviezen (bv. Werk thuis: VNO-NCW, reis minder: OV, ANWB)
- Meenemen en optrekken met regio's in de uitrol van de maatregelen
- Visuals en socials landelijke maatregelen en perspectief
- Q&A's verbreden met aanpak, afweging en keuzes



Concreet op mediastrategie

- Combinaties van bewindspersonen en stakeholders te gast bij talk-shows op radio en TV, dagen na of vanaf dag voor de persconferentie.
- Bewindspersonen en stakeholders geven uitleg in de media bij issues, die ontstaan vanuit nieuwe maatregelen, in de dagen na de persconferentie.
- Het kabinet jaagt activiteiten van regionale bestuurders aan, om discussie in de samenleving aan te gaan
- Vanuit NCTV/NKC worden regio's nog meer vooraf actief betrokken bij formuleren en uitdragen van maatregelen in aanvulling op de persconferenties.



Voorbeelden mediacombinaties

- Tamara van Ark en 5.1.2e (druk op de zorg)
- 5.1.2e (impact op hoger onderwijs)
- Eric Wiebes en 5.1.2e (economische gevolgen)
- Stientje van Veldhoven en Marjan Rintel (over OV in coronatijden)
- Mona Keijzer en 5.1.2e (economische gevolgen MKB)
- Stef Blok en RIVM (over reisadviezen buitenland)
- Kajsa Ollongren en Alexander Pleijter (desinformatie)
- Raymond Knops en zijn Duitse counterpart (over verschillen en samenwerking Duitsland)
- Wouter Koolmees en voorman FNV/CNV (over werkgelegenheid en steunpakketten)