



**Datum:** 13/05/2020

**Betreft:** 10 narratieven in het kader van de Alleen-Samen campagne.

**Centrale vraag:** Hoe pas je de maatregelen toe?

**Uitgangspunten:**

- Handelingsperspectief geven (goed voorbeeld doet goed volgen)
- Mensen helpen om te gaan met de beperkingen en (nieuwe) mogelijkheden
- Mensen aanzetten om praktische oplossingen te vinden (met duidelijke kaders)
- De vindbaarheid in de samenleving te laten zien
- Perspectief bieden (we gaan een stapje vooruit)

**Nog te produceren narratieven (in chronologische volgorde)**

**Onderwerp: Vermijd drukte (algemeen)**

**Doel:** maatregel drukte vermijden communiceren en laten zien hoe iedereen dit kan doen in het dagelijks leven (inclusief praktische tips), aandacht voor de soms lastige situaties.

**Primaire doelgroep:** heel Nederland.

**Secundaire doelgroep:** iedereen die zich professioneel bezighoudt openbare orde (incl. boa's, politie, etc.).

**Voorstel narratief:** een expert op het gebied van crowdmanagement vertelt over drukte. Hij legt uit wanneer het te druk wordt, wat je dan het beste kunt doen en hoe je dit kunt vermijden, bijvoorbeeld door vroeg in de ochtend naar de winkel te gaan, buiten de spits te reizen en soms gewoon weer om te keren (en later terug te komen). Hij benadrukt wat we allemaal wel kunnen doen zolang we rekening met elkaar houden, maar benoemt ook wat de gevaren zijn als we niet met zijn allen voldoende ons best doen om drukke situaties te vermijden.

**Onderwerp: Zoveel mogelijk thuiswerken voor een bedrijf of organisatie**

**Doel:** maatregel werk zoveel mogelijk thuis communiceren, laten zien hoe je dit als werkgever en werknemer inricht (inclusief praktische tips), aandacht voor de soms lastige situaties.

**Primaire doelgroep:** iedereen die thuis (moet/kan) werken.

**Secundaire doelgroep:** iedereen die dat thuiswerken mogelijk moet maken (directie, hr, facilitaire dienst).

**Voorstel narratief:** We spreken met een werkgever en een aantal werknemers die thuiswerken. Hoe hebben ze dit georganiseerd? Welke moeilijkheden brengt dit met zich mee? En hoe gaan ze hiermee om? Welke tips hebben ze voor andere thuiswerkers?

**Onderwerp: Vermijd drukte bij recreëren in buitengebieden, bos, natuur**

**Doel:** maatregel vermijd drukte communiceren aan de hand van tips hoe je dit in de praktijk kan brengen bij het recreëren. Laten zien hoe ze dit in natuurgebieden mogelijk maken. Mensen wijzen op de mogelijkheden om te recreëren dichtbij huis.

**Primaire doelgroep:** iedereen die graag de natuur in trekt.

**Secundaire doelgroep:** alle mensen die werken in het beheer en toezicht van natuur- en recreatiegebieden.

**Voorstel narratief:** een boswachter geeft praktische tips over veilig recreëren, vertelt welke maatregelen daarbij gelden en laat zien wat zij doen om te zorgen dat mensen die kunnen opvolgen. We roepen mensen op om drukte te vermijden (ga niet allemaal op zondag, keer om als het te druk wordt), vooral dicht bij huis te recreëren, niet in grote groepen en rekening te houden met elkaar.

**Onderwerp: Anderhalve meter afstand in de cultuursector (museum, bioscoop, theater)**

**Doel:** maatregel anderhalve meter afstand en vermijd drukte communiceren aan de hand van voorbeelden hoe ze dat mogelijk maken in de cultuursector en communiceren van tips voor het opnieuw opstarten van een culturele instelling.

**Primaire doelgroep:** alle museum-, bioscoop- concert- en theaterbezoekers, etc.

**Secundaire doelgroep:** iedereen die werkt in de culturele sector

**BKB**

Westerstraat 252-254  
1015 MT Amsterdam  
+31 (0)20 520 52 80 | info@bkb.nl

IBAN: NL67 ABNA 0551 316 314  
BIC/SWIFT: ABNANL2A  
BTW: 8106.74.609.B.01

KVK Amsterdam: 34 15 83 96  
BKB B.V. is onderdeel van de  
fiscale eenheid BKB Group B.V.

**BKB.nl**



**Voorstel narratief:** de directeuren / hoofden programmering van Panorama Mesdag in Den Haag, bioscoop Kino in Rotterdam en van de AMER Podia in Amsterdam vertellen over hoe ze hun locaties inrichten voor bezoekers in het 1,5m tijdperk. Het plezier van weer opengaan, maar ook de condities waaronder dat kan en wat er verwacht wordt van bezoekers, bijvoorbeeld het reserveren vooraf om drukte te vermijden.

**Onderwerp: Anderhalve meter afstand op middelbare scholen**

**Doel:** maatregel houd anderhalve meter afstand communiceren aan de hand van voorbeelden hoe ze dit inrichten op middelbare scholen (die vanaf 2 juni weer open gaan). Laten zien hoe ze dit op de middelbare school mogelijk maken.

**Primaire doelgroep:** ouders van kinderen die straks weer naar school gaan.

**Secundaire doelgroep:** onderwijspersoneel en kinderen die straks weer naar school gaan.

**Voorstel narratief:** We volgen een leraar op een middelbare school die de school klaar maakt voor het opengaan van de middelbare scholen. Hoe zorgen zij dat iedereen zich straks aan de maatregelen houdt? Wat betekent dit voor de leerlingen, de leerkrachten en de ouders?

**Onderwerp: Anderhalve meter afstand en hygiënemaatregelen bij ZZP'ers**

**Doel:** maatregelen afstand houden en hygiëne voor eenpitters in uitvoerende beroepen. Klusjesmannen, schilders, timmerlieden, etc. als kleine zelfstandige werk je vaak in het pand of op het terrein van je opdrachtgever. Hoe doe je dat op een voor iedereen veilige manier?

**Primaire doelgroep:** alle kleine zelfstandigen die werk doen waarvoor ze de deur uit moeten.

**Secundaire doelgroep:** iedereen die gebruik maakt van hun diensten.

**Voorstel narratief:** enkele klusjesmannen met uiteenlopende specialismen nemen je mee op hun klussen bij opdrachtgevers over de vloer, maar ook naar de werkplaats en het magazijn dat ze delen met andere ZZP'ers. En het vervoer tussen al die plekken. Ze laten zien dat veilig werken in tijden van corona een uitdaging is maar dat het wel kan als je er een gezonde dosis gezond verstand tegenaan gooit.

**Reeds in ontwikkeling**

**Onderwerp: Mantelzorg**

**Doel:** mensen tips geven hoe ze mantelzorg kunnen invullen binnen de huidige maatregelen, emoties erkennen en sociale steun bieden.

**Primaire doelgroep:** iedereen die zorgt voor een ander.

**Secundaire doelgroep:** professionals op het gebied van mantelzorg.

**Voorstel narratief:** twee mantelzorgers en iemand die bij een organisatie ter ondersteuning van mantelzorgers werkt, vertellen over hun ervaringen en geven praktische tips. Daarnaast communiceren we een hulplijn waar mensen vragen en steun kunnen ontvangen.

**Onderwerp: Zorgmijden**

**Doel:** communiceren hoe de eerstelijnszorg nu opereert, welke regels er gelden en laten zien dat je ook voor niet corona-gerelateerde klachten wel contact kan opnemen met de huisarts (zonder gevaar van besmetting of overbelasting huisarts).

**Primaire doelgroep:** zorgmijders

**Secundaire doelgroep:** iedereen die in de toekomst mogelijk zorg nodig heeft.

**Voorstel narratief:** een huisarts vertelt hoe hij het nu heeft ingericht binnen zijn praktijk, zodat er ook zorg verleend kan worden aan mensen met niet-corona gerelateerde klachten. Dit betekent ofwel zorg op afstand (telefonisch consult) of het bezoeken van de huisarts met bepaalde voorzorgsmaatregelen. Centrale oproep is dat iedereen die zorg nodig heeft, die zorg ook kan ontvangen, maar dat sommige dingen ook wat anders zijn nu (je kan niet zomaar binnenlopen bij de huisarts). Aanvullend proberen we of het mogelijk is om een zorgmijder in beeld te brengen die toch contact heeft opgenomen met de huisarts.

**Reeds geproduceerd**

- **Onderwerp:** Ramadan
- **Onderwerp:** Verjaardagen