


Advies met betrekking tot communicatie Corona virus app: publiekscampagne

Datum : Woensdag 29 april 2020

Van: 5.1.2e 5.1.2e

PR- fase 0
Visie

Meer tijd voor voorbereiding en app ontwikkeling, betekent tijd om draagvlak te creëren in de samenleving. Er liggen kansen de publieke opinie juist nu te sturen. Het momentum moeten we nu pakken. Zeker na alle commotie rondom de appathon, is het van belang de dialoog gaande te houden. Pro-actieve communicatie, gefaseerd en aansluitend bij de algehele procescommunicatie.

Dit raakt ook de permanente publieke beproeving waar gisteren al voorzichtig over gesproken werd. Daar we (online) het debat kunnen faciliteren, doen we dat om uiteindelijke maximale transparantie te laten zien.

Doel is ook misverstanden (bijv. rondom track & trace, veiligheid & privacy) de wereld uit te helpen. We zien hier een grote rol weggelegd in het binden van journalisten. Hierbij verkiezen we de specifieke tech-journalisten boven de parlementaire redacties. Daarnaast is het van belang de dialoog onder het algemeen publiek op gang te brengen en te sturen. Hier zien we een rol weggelegd voor experts, wetenschappers, en andere invloedrijke personen. Het selecteren én aanhaken van de juiste 'leading coalition' (endorsers) vergt tijd. We adviseren daar op korte termijn, als er meer duidelijk is rondom het proces (bouwteam, taskforces, begeleidingscommissie) mee te beginnen om daar gedurende het ontwikkelingsproces van de app de vruchten van te plukken.

Continu aansluiting houden bij het politieke speelveld (proces Tweede Kamer) is uiteraard cruciaal. Dagelijks contact met andere disciplines (zoals de track Privacy & Veiligheid, bouwteam) is noodzakelijk om het online debat te kunnen blijven faciliteren én sturen.

Next steps:

- PR-plan:
 - fase 0 (vóór lancering app – het 'maak-proces')
 - fase 1 (bij lancering app)
- i.s.m. woordvoering en campagne/PR-bureau
- Omgevingsbeeld (dagelijkse mediamonitoring) incl. stakeholderanalyse
- Verdieping op gedragsonderzoeken:
 - inventarisatie bestaande onderzoeken (o.a. ook flitspeilingen DPC, NKC)
 - aanvullend onderzoek waar nodig
-
-
-
- **Landelijke publiekscampagne bij lancering app (fase 1)**
- Stand van zaken (per di 28/4)

De campagnebureaus die vanuit de overheidsmantel 'campagnes' werken aan de Alleen Samen-campagne hebben in het weekend van 17-18-19 april gewerkt aan een campagne- en mediastrategie gericht op livegang van de app rond 28 april. Als duidelijk is hoe verder met de ontwikkeling van de app, pakken we de doorontwikkeling en finetuning van de strategie verder op. Dit vraagt ook om verdere interne afstemming met andere disciplines rondom de app-implementatie. Deze bureaus zijn op maandagochtend 20 april gevraagd hun werkzaamheden on hold te zetten naar aanleiding van de uitkomst van de appathon en het daaropvolgende parlementaire debat.

-
-
-
-
-
-
-



-
-
-
-
-
-
- **Ruwe back-planning PR en publiekscampagne Coronavirus app**
-
- Mijlpalen: 19 mei PersCo m.b.t. landelijke maatregelen
-
- **Fase 0 (nu tot aan lancering app)**
- Onderstaande planning gaat uit van start PR per direct omwille van het sturen van de publieke opinie en het creëren van draagvlak.
 - PR**
 - Onderzoek*
 - Omgevingsanalyse
 - dagelijks Inventarisatie bestaande onderzoeken en flitspeilingen
wk 18 (w/c 27 apr)
 - Gedragwetenschappelijke inzichten Tabula Rasa w/c
 - 4 mei
 - Evt. opzetten en uitvoeren aanvullend onderzoek omtrent draagvlak app wk
 - 4 mei – 11 mei
 - *Plan van aanpak & uitrol (fase 0)*
 - Briefing PR bureau wk
 - 19 w/c 4/5 mei
 - PR strategie fase 0 gereed en akkoord wk
 - 20 w/c 11 mei
 - Start PR-campagne fase 0 wk
 - 21 w/c 18 mei
 - PersCo m.b.t. landelijke maatregelen 19 mei
-
- **Fase 1 (bij lancering app)**
-
- **PR**
- *Nader in te vullen, in lijn met fase 0*
-
-
- **Publiekscampagne**
- *Onderstaande planning is gebaseerd op realistische doorlooptijden waarbij interne afstemmingsmomenten binnen de VWS lijnorganisatie nog overeen gekomen moeten worden.*
- *Waar versnelling nodig is, vindt dit uiteraard plaats in overleg.*
-
- **STRATEGIE** (2 wkn)
 - Finetuning strategie (incl. mediastrategie) wk 19 w/c 4 mei
 - Def. strategie wk 20 w/c 11 mei
- **CONCEPTONTWIKKELING** (5 wkn)
 - Briefing creatie + debrief wk 20 w/c 11 mei
 - Conceptontwikkeling wk 21(22) w/c 18 mei
- Conceptpresentaties (en intern doorpresenteren VWS) wk 22 w/c 25 mei
- Concepttest + aanpassingen wk 23 w/c 1



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

juni	
akkoord	Concept wk 24 w/c 8 juni
o	
o	
PRODUCTIE (6 wkn)	
Start productie middelen	wk 24 w/c 8
juni	
Pré-test middelen + aanpassingen	wk 27 w/c
29 juni	
Aanleveren middelen	wk 28 w/c 6
juli	
Campagne live	wk 29 w/c
ma 13 juli	