



Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport

MCCB

Deadline:

SG
Directie Communicatie

Ontworpen door

5.1.2e 5.1.2e

5.1.2e

T

5.1.2e

M

5.1.2e

@minvws.nl

Datum

17 april 2020

Kenmerk

Zaaknummer

nota

(ter beslissing)

Paraaf directeur DCo VWS Paraaf directeur DCO JenV Directeur PG

1 Aanleiding voor deze nota

Als onderdeel van de NKC inzet, voert de rijksoverheid een multimedia publiekscampagne onder de titel 'Alleen samen'.

2 Publiekscampagne

Ten behoeve van de crisisbeheersing is publiekscommunicatie een essentieel onderdeel van het maatregelenpakket. Onderdeel van de publiekscommunicatie is een multimedia publiekscampagne die voor de duur van de crisisaanpak de nut en noodzaak van maatregelen voortdurend onder de aandacht zal brengen onder alle denkbare publieksgroepen in alle denkbare vormen; van klassieke radio en tv spots tot en met de inzet van animaties voor social kanalen, influencers die zich richten op jongeren, en middelen die zich richten op Nederlanders die de taal niet (goed) beheersen of een ander mediaconsumptie patroon hebben.

Naast de algemene maatregelen zal de publiekscampagne zich ook op specifieke maatregelen en/of aspecten richten die voortvloeien uit het (langdurig) aanhouden van de crisis, zoals mentale gezondheid. Ook een gewogen afbouw van maatregelen zal communicatief begeleid worden met publiekscommunicatie.

Begroting

De rijksoverheid heeft zeer veel ervaring met de uitvoering van grote publiekscampagne. Op basis van deze ervaringcijfers hebben we een begroting opgesteld die overeenkomt met campagnes die we normaal vanuit de rijksoverheid voeren. Een en ander betekent dat we voor elke 'deelcampagne' binnen het format van 'Alleen samen' een begroting hebben vastgesteld in een bandbreedte van kosten die gebruikelijk zijn bij een overheids campagne (200.000 tot 1.000.000 euro). In totaal hebben we in

SG
Directie Communicatie

Kenmerk

eerste instantie 4 miljoen euro begroot voor de publiekscampagne waarmee we tot en met de zomer een effectieve media en middeleninzet kunnen doen met specifieke deelcampagnes. In het geval de publiekscampagne langer moet lopen betekent dit dat per deelonderwerp ongeveer 1 miljoen euro extra moeten worden vrijgemaakt, afhankelijk van de impact van de maatregel/boodschap en de looptijd.

Afgesproken is dat het ministerie van VWS/directie Communicatie de eerste 4 miljoen voorfinanciert. Uiteindelijk zullen deze kosten meegaan in een claim die vanuit de directie Publieke Gezondheid zal worden gedaan richting het ministerie van Financiën. In de bijlage beschrijven we uitgebreid de doelen en doelgroepen van de campagne met de bijbehorende begroting. De daarin genoemde data zijn fictief.

Inmiddels hebben we 2,4 miljoen euro uitgegeven (tot en met de week van 14 april) aan de publiekscampagne.

Overige campagnes

Naast de algemene publiekscampagne zullen de departementen ook nog deelcampagnes voeren die een relatie hebben met de maatregelen van het kabinet. Zo zal VWS een aparte campagne voeren op het thema 'Huiselijk Geweld'. Ook de mogelijke app zal worden geïntroduceerd met een publiekscampagne. Ook deze deelcampagne wordt vanuit VWS apart begroot. Ook andere departementen zullen mogelijk nog kleinere of grotere publiekscampagnes introduceren. Deze vallen dus ook niet in de hierboven genoemde begroting.

Publiekscommunicatie

Naast de publiekscampagne worden er nog andere kosten gemaakt voor de algemene publiekscommunicatie vanuit het NKC. Deze kosten vallen in de begroting van het NKC/JenV en zijn niet opgenomen in de begroting van de publiekscampagne.

Beslispunt 1

Gaat u akkoord met een eerste begroting van de publiekscampagne van 4 miljoen euro (looptijd tot en met de zomer van 2020).

Beslispunt 2

Gaat u akkoord -in het geval de publiekscampagne op impactvolle wijze na de zomer langdurig moet worden gevoerd, de begroting met minimaal 2 miljoen moet worden verhoogd voor de resterende maanden van 2020?