To: 5.1.2e e 5.1.2e . - BD/NCC/ECO[5.1.2e @minjenv.nl]; 5.1.2e . - BD/NCC/ECO[5.1.2e @nctv.minjenv.nl]; 5.1.2e 5.1.2e , 5.1.2e . 5.1.2e -BD/PPAC[5.1.2e @minjenv.nl]; 5.1.2e , . - BD/DCOM[5.1.2e @minjenv.nl]; 5.1.2e 1.2. 5.1.2e 5.1.2e 5.1.2e (5.1.2e @minaz.nl)[5.1.2e @minaz.nl]; 5.1.2e , 1.2. (5.1.2e)[5.1.2e @minvws.nl]; 5.1.2e 5.1.2e , 5.1.2e . - BD/DCOM/P&B[5.1.2e @minjenv.nl]; 5.1.2e , 5.1.2e .(5.1.2e)[5.1.2e @minvws.nl]; 5.1.2e , 5.1.2e . - BD/PPAC[5.1.2e @minjenv.nl]; 5.1.2e , 1.2. 5.1.2e 5.1.2e (5.1.2e)[5.1.2e @minvws.nl]; 5.1.2e , 5.1.2e . 5.1.2e [5.1.2e @minaz.nl]; 5.1.2e 5.1.2e (5.1.2e @rivm.nl)[5.1.2e @rivm.nl]; 5.1.2e . 5.1.2e . 5.1.2e (5.1.2e)[5.1.2e @minvws.nl]
Cc: 5.1.2e , 1.2. (5.1.2e)[5.1.2e @minvws.nl]
From: 5.1.2e , 5.1.2e . (5.1.2e)
Sent: Wed 4/15/2020 10:07:10 AM
Subject: voor KERNOVERLEG deelcampagne mentale gezondheid
Received: Wed 4/15/2020 10:07:12 AM
20.04.14 KIK CORONA Mentale Gezondheid_aanpassingen - tekst2.docx

Beste allemaal,

Voor zodirect in het kernoverleg: in de bijlage het concept voor de deelcampagne mentale gezondheid, hieronder de media-inzet en begroting.

Hartelijke groet,

5.1.2e 5.1.2e
5.1.2e
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
M: 5.1.2e

Media-inzet corona deelcampagne mentale gezondheid

Samenvatting

1. Zet radio in als basis bereiksmedium om een grote deel van Nederland te bereiken
Via radio kunnen we een groot deel van het Nederlandse publiek te bereiken. Dat blijkt ook uit de recente campagnemeting; 69% van alle Nederlanders van 12 jaar en ouder heeft aangegeven de commercial gehoord te hebben. Verder is vooral sprake van contacten thuis, waar de spanningen vooral oplopen. Radio is daarnaast zeer kostenefficient in te zetten via het roulement Rijksoverheid. Uit diverse overheidscampagnes blijkt verder dat er een sterke relatie is tussen inzet en websitebezoek.

We gaan uit van inzet van radio gedurende drie weken: van 22 april t/m 12 mei met een mediadruk van totaal 750 GRP's. Hiermee bereiken we **75% van de Nederlanders van 18 jaar en ouder**. N.B. het gaat hier om mediabereik = contactkans. Het benodigde mediabudget hiervoor is € 5.1.1c OOP incl. BTW. Deze inzet kan deels via het al ingekochte roulement Rijksoverheid.

2. Social media om specifieke groepen aan te spreken via het tonen van verschillende situaties
Naast radio stellen wij de inzet van social media voor. Het is hier mogelijk om verschillende situaties te tonen, specifiekere doelgroepen aan te spreken met visuele (herkenning) elementen. Er vindt targeting plaats op gebruik van Wifi, dus als men vooral thuis is. Advies is om gebruik te maken van korte (maximaal 6 seconden) video-advertenties of link-ads. Beiden met een sterke call-to-action. Eventueel kan er worden opgeroepen dat men de tips met elkaar deelt.

Ook social media kunnen wij inzetten relatief lage kosten. Voor een campagneperiode van ca. 4 weken gaan we uit van een **bereik van 65 – 70%** (varieert per subdoelgroep) en een contactfrequentie van 4 (per subdoelgroep). Het bijbehorende budgetniveau is € 5.1.1c OOP incl. BTW.

3. Radio en social media gecombineerd
Met de combinatie radio en social media is de inschatting dat het totale mediabereik onder geheel Nederland 18 jaar en ouder (voor de jongere groep wordt een aparte campagne ontwikkeld) uitkomt op **80 – 85%**. Het grootste deel zal dus zowel de radiocommercial horen als de uitingen op social media zien. De combinatie zal elkaar te versterken.

Het totale budget voor radio en social media komt neer op € 5.1.1c OOP incl. BTW, exclusief admanagement en bureaukosten (uren).