

## Communicatie

In deze zomer maken we de stap van de pandemische naar de endemische fase. Aan het begin van de zomer zijn de beperkende maatregelen al grotendeels opgeheven, en aan het eind van de zomer hopen we dat we ook afscheid hebben kunnen nemen van de laatste maatregelen. Maar dat wil niet zeggen dat we afscheid kunnen nemen van het virus. Het coronavirus blijft onder ons en dat geeft ook voor het najaar en voor 2022 nog veel onzekerheden. Mogelijk komen er weer periodes met beperkende maatregelen, een nieuwe vaccinatieronde is reëel. Als samenleving hebben we ervaren wat zo'n virus voor impact heeft op de manier waarop we leven. Dat willen we niet nog eens meemaken. De samenleving zal dan ook langduriger bewust moeten zijn van de risico's van virussen en ook actiever bezig moeten zijn met het afremmen van het verspreiden van virussen. Dat betekent dat we moeten nadenken over de inrichting van de openbare ruimte, dat gewoontes die we kenden voor de pandemie zoals het geven van handen bij wijze van begroeting of het niezen in handen blijvend moeten veranderen. Dat kan niet als maatregel worden opgelegd, burgers en bedrijven moeten daar zelf weer regie op hebben. De overheid kan dat aanmoedigen en faciliteren. Communicatie heeft daarin een belangrijke rol. Deze zomer maken we daarvoor een eerste stap. De communicatie zal steeds minder over de inhoud van maatregelen gaan en steeds meer over de eigen rol die je kunt hebben om virussen geen kans te geven.

### *Communicatie vanuit het kabinet tijdens de zomermaanden*

Aan het begin van het zomerreces zal de vaccinatiegraad hoog genoeg zijn. Het kabinet verwacht dat de kans dat in de zomer de kiem wordt gelegd voor een grote nieuwe golf in het najaar niet groot is. Maar het virus is niet weg. Regionale uitbraken, met name in gebieden waar de vaccinatiegraad achter blijft, of de introductie van nieuwe varianten zijn reële risico's. Het kabinet houdt dus stevig vinger aan de pols. Als aanvullende maatregelen nodig zijn, worden die ook genomen. Gedurende de zomer blijft de besluitvormingsstructuur, die is opgezet voor de bestrijding van het virus, in stand. Dat wil zeggen dat deze zomer de meest betrokken bewindspersonen twee keer per week in een bewindslidenoverleg met elkaar afstemmen. Indien nodig kan worden besloten om daarnaast de ACC-19 en de MCC-19 bij elkaar te roepen. Als maatregelen worden genomen, dan communiceren wij dat aan uw kamer en via publiekscommunicatie en media aan de samenleving. Coronapersconferenties vinden alleen plaats indien daar aanleiding voor is. Gedurende de zomerperiode staan aanwezige bewindspersonen in andere vormen media te woord.

### *Communicatie over de (basis)maatregelen en voorbereiding op de fase waarin de basismaatregelen worden losgelaten*

Zo lang er (basis)maatregelen zijn blijft de communicatie daarover door lopen. Ook in de zomerperiode. De campagne 'alleen samen' is de voornaamste drager. Ook de andere onderdelen van de communicatieaanpak, zoals de jongerenaanpak, worden voortgezet. Een nieuwe ronde campagne is ingezet op 5 juni, de dag dat stap 3 effectief werd. De voorbereidingen voor de communicatie van stap 4 zijn begonnen zodat op 30 juni een nieuwe campagneronde klaar staat. We hebben daarbij extra aandacht voor evenementen waarbij grote groepen mensen samenkomen. Denk daarbij aan het EK-voetbal, maar ook aan warme dagen met veel mensen op het strand en in het park en de grotere evenementen waarbij mensen met toegangstesten naar toe kunnen gaan.

Als stap 4 genomen is, start de voorbereiding van de communicatie die nodig is voor de fase als ook de laatste stap van het openingsplan is gezet. In die stap vervallen alle maatregelen, inclusief de basismaatregelen. Het kabinet verwacht dat er vanaf dat moment wel nog moet worden ingezet op communicatie over het belang van hygiëne om de verspreiding van virussen tegen te gaan, zoals handen wassen, niezen en hoesten in de elleboog en thuisblijven bij klachten. Deze communicatie zal dan niet meer onder de noemer "maatregelen gericht op het terugdringen van corona" plaatsvinden, maar zal algemener gaan over het voorkomen van het verspreiden van virussen.

Het informatienummer 0800-1351 blijft in ieder geval in de lucht totdat de laatste stap uit het openingsplan is genomen.

#### *Vaccineren*

In de zomerperiode spitst de communicatie rond vaccineren zich steeds meer toe op de volgende elementen:

- De 'veegrondes' waarbij we ons richten op mensen die niet op een eerdere uitnodiging zijn ingegaan. Communicatie draagt eraan bij om deze mensen te motiveren alsnog een afspraak voor vaccinatie te maken. Een deel van deze groep is om bijvoorbeeld praktische of medische redenen nog niet in staat geweest zich te laten vaccineren. Een ander deel is niet overtuigd van het nut van vaccineren of mist informatie. Denk hierbij bijvoorbeeld aan laaggeletterden, bewoners van kwetsbare wijken of mensen die vanuit hun geloofsovertuiging twifelen. Hiervoor worden meer en meer specifieke boodschappen, kanalen en ambassadeurs ingezet. Ook de aanpak op desinformatie wordt doorgezet.
- Het informeren en motiveren van mensen om ook hun tweede vaccinatie te laten zetten (in het geval van AstraZeneca, BionTech/Pfizer en Moderna). Om maximaal beschermd te zijn is het van belang om beide prikken te nemen. We zetten specifieke middelen in om mensen hieraan te herinneren.
- Het informeren en motiveren van mogelijke nieuwe doelgroepen. Denk hierbij aan de vaccinatie van kinderen en jongeren in de leeftijd van 12-16 jaar. Ook deze groep moet op basis van de juiste informatie een weloverwogen keuze voor vaccinatie kunnen maken.

Na de zomer zal er naar verwachting nog enige aandacht zijn voor enkele bijzondere groepen en kijken we verder vooruit: hoe lang is een vaccin werkzaam en hoe zit het met de 'booster-prik'? De verschillende communicatiekanalen en -middelen kunnen naar verwachting dan worden aangepast naar deze nieuwe fase. De publiekscampagne wordt op termijn minder intensief of stopt en de website wordt teruggebracht naar de algemene informatie met minder actualiteit.

#### *Reizen, quarantaine en het Digitale Corona Certificaat*

Met het opheffen van het generieke reisadvies 'reis niet naar het buitenland' vanaf 15 mei en de komst van het COVID 19 Digitale Corona Certificaat waarmee reizen binnen Europa wordt ondersteund, ontstaat er positief beeld voor de komende vakantieperiode. Reizen vraagt deze zomer een goede voorbereiding van de reiziger. Er is er inmiddels een veelheid aan regels, handelingsperspectieven en voorwaarden waar reizigers rekening mee moeten houden bij het voorbereiden op, reizen naar en terugkeer van hun (Europese) vakantiebestemming, zoals de quarantaine- en testverplichtingen, het Digitale Corona Certificaat (te downloaden via de CoronaCheck app), de maatregelen die vakantielanden opleggen en de reisadviezen via [wijsopreis.nl](https://www.wijsopreis.nl) en de reisapp van Buitenlandse Zaken. En dan nog kan de reis een ander verloop hebben wanneer de virussituatie in een land verandert. De inzet van communicatie richt zich de komende periode op het aan de hand van een zogenaamde 'klantreis' eenduidig ontsluiten van alle reisinformatie op [rijksoverheid.nl](https://www.rijksoverheid.nl), zodat alle relevante informatie voor bezoekers in de meest logische vorm en in samenhang wordt aangeboden.

Tevens is er onder de vlag van 'Alleen samen' een campagne in ontwikkeling (RTV en online) specifiek voor reizen in Europa, met als doel duidelijkheid te verschaffen aan de reizigers onder welke voorwaarden (groen/geel reisadvies-reisapp- Digitale Corona Certificaat -meer informatie [wijsopreis.nl](https://www.rijksoverheid.nl/wijsopreis.nl)) er gereisd kan worden en welke maatregelen/handelingen reizigers moeten nemen om op reis te gaan en ook weer veilig terug te keren. Naast deze inzet vindt er op de drie individuele onderwerpen quarantaine/testen, Digitaal Corona Certificaat en reisadviezen via [Wijsopreis.nl](https://www.wijsopreis.nl) intensieve communicatie plaats richting verschillende (internationale) doelgroepen en organisaties. Via onder andere animatievideo's, inzet social media, factsheets. Zonder daarbij de

onderlinge samenhang en algemene boodschap ‘Ga wijs op reis en reis alleen naar gele en groene landen’ uit het oog te verliezen.

*Borgen van lessen en successen voor de toekomst*

‘Lessons Learned’ is een traject waarin de Rijksoverheid samen met meer dan 100 deskundigen met een diversiteit aan expertise terugkeek op en leerde van de aanpak van het Coronavirus. De deskundigen bekeken belangrijke thema’s, waaronder de publiekscommunicatie. Op dat thema zijn inzichten, ideeën en adviezen verzameld en onderling gedeeld.

Die inzichten stellen het kabinet in staat om het beleid op deze punten verder te verbeteren en vast te leggen voor vergelijkbare situaties in de toekomst. Daarom is ook gekeken hoe andere landen het hebben aangepakt. Voor het thema publiekscommunicatie deelden diverse deskundigen hun expertise uit het werkveld van crisiscommunicatie, gedragscommunicatie en publiekscommunicatie. Begin juni vond er opnieuw een lessons learned sessie plaats, waarbij de inzet van communicatie-instrumenten centraal staat.

De opgedane kennis wordt geborgd in position papers, expertverklaringen en verslagen, die allemaal zijn vastgelegd op [Rijksoverheid.nl](https://rijksoverheid.nl).

*Afschaling crisisstructuur*

- Vanaf het begin van de coronacrisis is, met een korte tussenpoos in de zomer van 2020, het Nationaal Kernteam Crisiscommunicatie (NKC) als onderdeel van de landelijke crisisstructuur actief. Vanuit het NKC werken de betrokken ministeries samen en wordt de coördinatie van de communicatie verzorgd. Goede voorbeelden zijn de communicatie van de basisregels en maatregelen, de ‘alleen samen’ campagne, het algemene publieksnummer 0800-1351 en de overzichtspagina op [rijksoverheid.nl](https://rijksoverheid.nl) waar alle informatie over corona samenkomt. In de zomerperiode is het NKC nog actief en wordt er stap voor stap naar de afschaling van het NKC toegewerkt. De komende periode wordt deze overgang verder uitgewerkt en wordt in beeld gebracht hoe, na het afschalen van het NKC, de verschillende communicatiedirecties van de ministeries vanuit hun eigen lijnverantwoordelijk maar wel in samenhang de corona-gerelateerde communicatie het beste vorm kunnen geven.