Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken



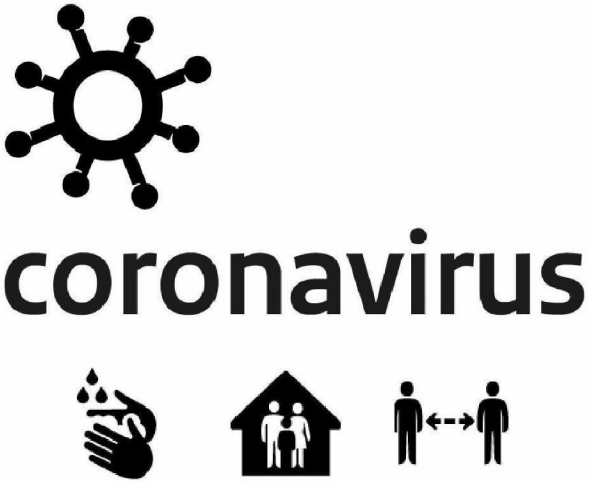
Campagne-effectmonitor coronavirus

8 april 2020

Achtergrond onderzoek

Sinds dinsdag 31 maart voert DVJ Insights in opdracht van het NKC dagelijks een meting uit onder 150 Nederlanders van 12 jaar en ouder over de campagne 'Alleen samen krijgen we corona onder controle'. Door dagelijks te meten zijn de ontwikkelingen van dag op dag te volgen.

In deze rapportage zijn de resultaten over de doelstellingen van de campagne, de communicatieve werking van de campagne en aanvullende indicatoren uit de eerste week (zeven metingen) gebundeld. Daar waar relevant, zijn resultaten van de flitspeilingen die VWS uitvoert en van externe peilingen toegevoegd. Op deze manier ontstaat er een breed beeld van de ontwikkelingen rond factoren die in relatie staan tot de campagne. Daarnaast is de campagne slechts één onderdeel van alle communicatie rondom het coronavirus. Het onderzoek en de rapportage wijken daarom af van een reguliere campagne-effectmeting.



Managementsamenvatting

Anderhalve meter afstand houden is als maatregel het meest 'top of mind'
Spontaan wordt de maatregel anderhalve meter afstand houden door de meeste mensen genoemd, wanneer gevraagd wordt wat de belangrijkste overheidsmaatregelen zijn die mensen moeten naleven om de verspreiding van het coronavirus af te remmen. Thuisblijven wordt minder vaak genoemd, maar wel door meer dan de helft van de mensen. De belangrijkste hygiënemaatregel handen wassen komt bij minder dan de helft van de mensen spontaan naar boven.

Urgentie van de maatregelen erg hoog, maar niet altijd prettig
Mensen vinden de drie maatregelen zeer belangrijk, goed en nuttig. De maatregelen worden in mindere mate als prettig ervaren. Dit geldt met name voor het thuisblijven.

Maatregelen worden goed nageleefd, vooral het thuisblijven
Nagenoeg alle mensen blijven thuis of gaan alleen de deur uit met een geldige reden (voor werk, boodschappen, zorgen voor anderen en/of een frisse neus halen). Ook de maatregelen 'handen wassen' en 'anderhalve meter afstand houden' worden goed nageleefd. Hierbij is echter wel ruimte voor verbetering door striktere naleving van de maatregelen.

Campagne 'Alleen samen' presteert zeer goed op communicatieve werking
De campagne wordt uitzonderlijk goed herkend. Ten opzichte van andere leeftijdsgroepen blijft de herkenning achter onder mensen in de leeftijdscategorie 21 tot 34 jaar. Binnen deze groep is de herkenning echter nog steeds hoger dan de benchmark voor campagnes met televisiespots. De campagne wordt als geheel goed gewaardeerd. Daarnaast is ook de waardering van de losse uitingen goed. De campagne is duidelijk en geloofwaardig en brengt de boodschap goed over.

Gedragsdeterminanten en andere indicatoren geven extra inzichten
Verschillende gedragsdeterminanten kunnen van invloed zijn op het naleven van de maatregelen. Denk bijvoorbeeld aan de risicoperceptie, de ingeschatte effectiviteit van de maatregelen en emoties. Het onderzoek laat onder andere zien dat veruit de meeste mensen de genomen maatregelen 'effectief' achten in het afremmen van de verspreiding van het virus. Daarnaast blijkt dat de grote meerderheid het gevoel heeft dat zijn omgeving zich (over het algemeen) aan de huidige maatregelen houdt. Tot slot geven de resultaten over de waardering van de communicatie en het handelen van de Rijksoverheid een positief beeld. De meeste mensen zijn tevreden over het informeren van de overheid en voelen zich niet zozeer beperkt in hun vrijheid.

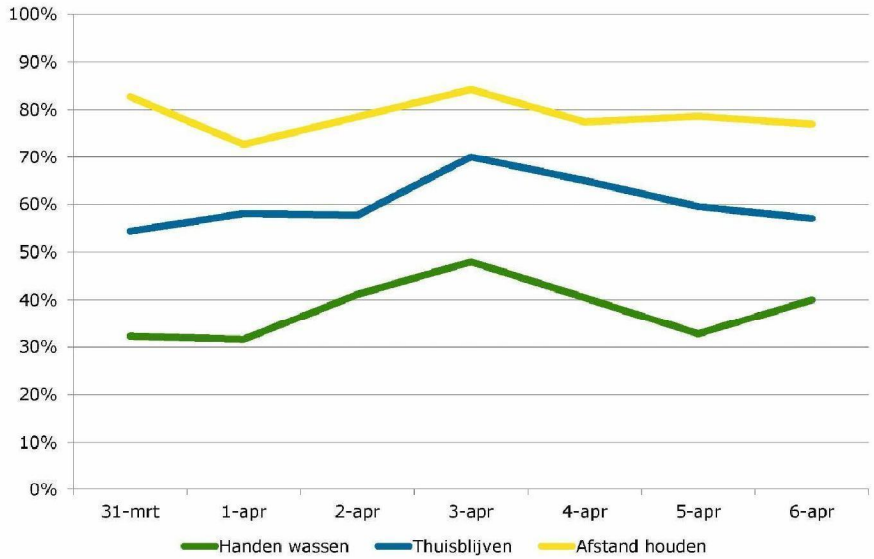
Campagnedoelstellingen

Campagnedoelstellingen

Categorie	Doelstelling
Weten	Mensen kennen de belangrijkste maatregelen, namelijk: a. blijf zoveel mogelijk thuis b. houd 1,5 m afstand c. was vaker je handen (met water en zeep)
Voelen	Mensen voelen de urgentie en zijn gemotiveerd de maatregelen vol te houden. Ze voelen dat ze gezamenlijk een bijdrage moeten leveren aan de gezondheid van anderen.
Doen	Mensen houden zich aan de maatregelen (blijf zoveel mogelijk thuis, houd 1,5 meter afstand en was vaker je handen (met water en zeep)).*
Doen	Mensen die zich aan de maatregelen houden, houden deze vol voor zo lang dat nodig is

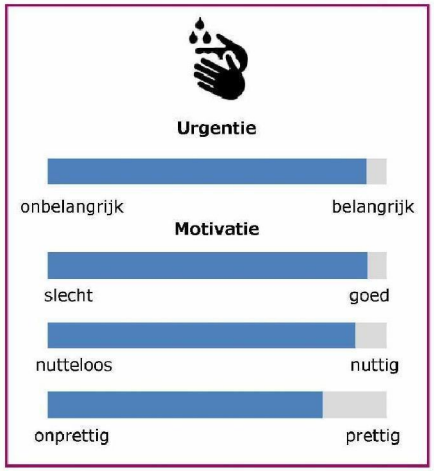
* Voor het meten van deze doelstellingen is mensen dagelijks gevraagd wat zij gisteren (dus de dag voor de meting) hebben gedaan.

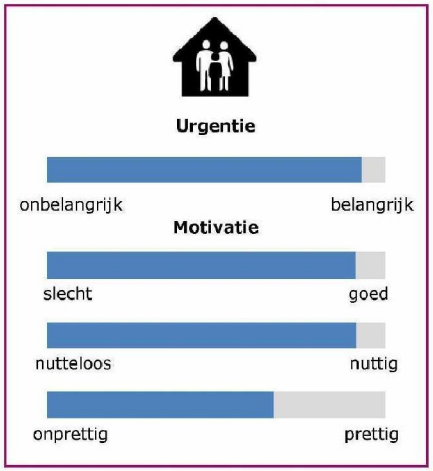
1,5 meter afstand houden spontaan meest genoemde maatregel

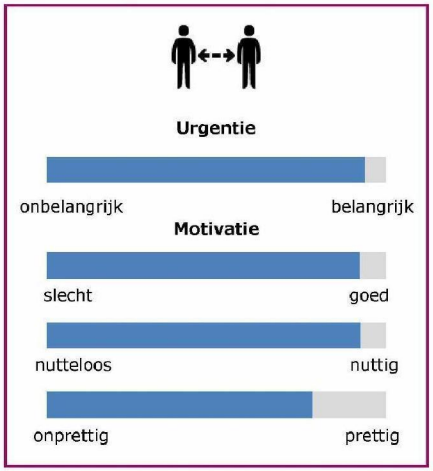


Spontane kennis
De spontane bekendheid van de maatregel "afstand houden" is groot. "Zoveel mogelijk thuisblijven" wordt iets minder vaak spontaan genoemd. Minder dan de helft van de mensen noemt spontaan "handen wassen". Wat opvalt, is dat de spontane bekendheid van alle drie de maatregelen een piek laat zien op vrijdag. Dit komt waarschijnlijk doordat donderdagavond een persconferentie heeft plaatsgevonden van minister-president Mark Rutte en minister Hugo de Jonge, waarin met name het thuisblijven nog eens extra werd benadrukt.

Urgentie maatregelen zeer hoog





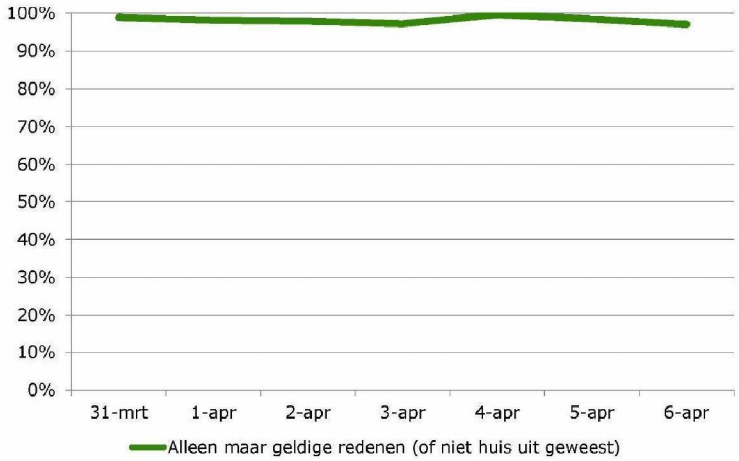


Urgentie
Mensen vinden de drie gecommuniceerde maatregelen ("handen wassen", "thuisblijven" en "afstand houden") zeer belangrijk.

Motivatie
Mensen geven aan de maatregelen goed en nuttig te vinden. Zij vinden de maatregelen in mindere mate prettig. Dit geldt met name voor de maatregel "thuisblijven".

**Op deze pagina zijn de waarden uit de meting van maandag 6 april getoond. Het beeld over de voorgaande dagen is nagenoeg gelijk.*

Bijna iedereen houdt zich aan de maatregel om zoveel mogelijk thuis te blijven

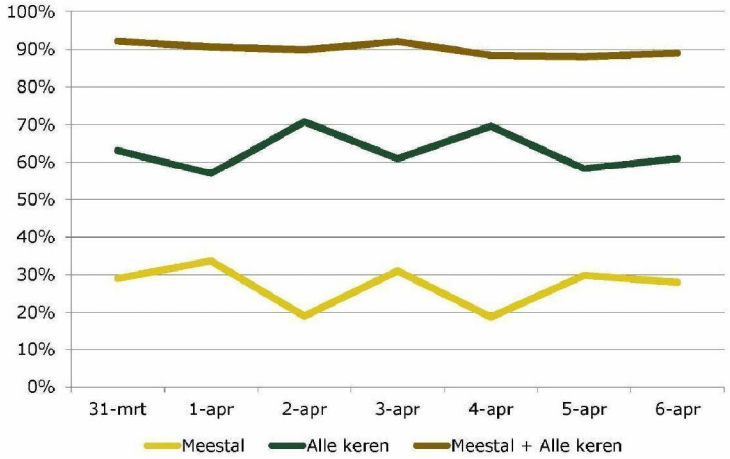


Toelichting grafiek: De respondenten zijn als eerste gevraagd hoe vaak zij gisteren het huis uit zijn geweest. Aan de mensen die aan hebben gegeven dit minimaal één keer te hebben gedaan is vervolgens gevraagd waarvoor zij het huis uit zijn geweest. Daarbij konden meerdere antwoorden worden geselecteerd. De getoonde lijn geeft het percentage respondenten aan dat niet het huis uit is geweest of alleen voor werk, boodschappen, zorgen voor anderen en/of een frisse neus halen.

Thuis blijven
De maatregel 'zoveel mogelijk thuisblijven' wordt goed nageleefd. Nagenoeg alle respondenten geven aan thuis te zijn gebleven of met een geldige reden (voor werk, boodschappen, zorgen voor anderen en/of een frisse neus halen) de deur uit te zijn gegaan.

Externe peilingen en flitspeiling VWS
De maatregel om zoveel mogelijk thuis te blijven lijkt ook in de week vóór 31 maart al redelijk goed opgevolgd te worden. Thuisblijven bij ziekteverschijnselen bij jezelf of bij iemand in het gezin blijkt lastig: circa één op de tien lijkt dit niet te doen. Thuisblijven wordt door een derde als onprettig ervaren.

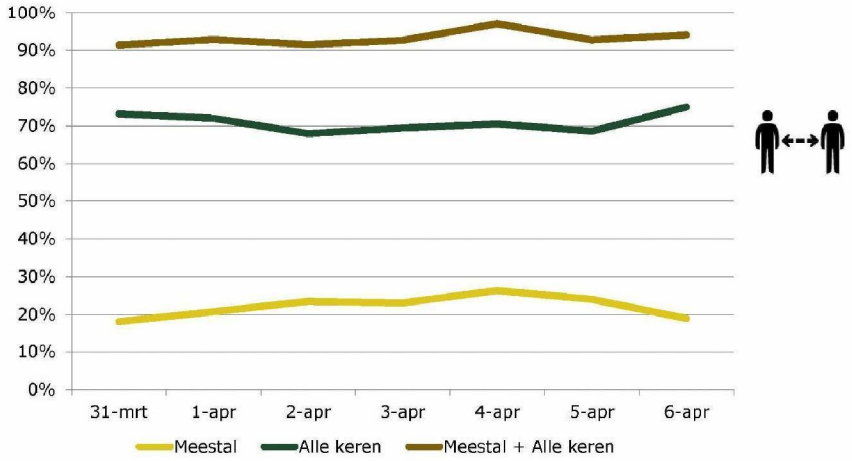
Ruimte voor verbetering in naleven van het handen wassen



Handen wassen
De meeste respondenten geven aan meestal of altijd als dat nodig is hun handen te wassen met water en zeep. Dit blijft stabiel over tijd. Er is wel ruimte voor striktere naleving, omdat slechts 63% (gemiddelde over zeven metingen) van de mensen dit altijd doet. Daarnaast laten de aparte lijnen voor "meestal" en "alle keren" een wisselend patroon zien. Mogelijk houdt dit verband met de lage spontane bekendheid van deze maatregel (zie pagina 6).

Externe peilingen en flitspeiling VWS
Ondanks dat het overgrote deel de handen vaker/beter/regelmatiger wast, fluctueren de cijfers in de externe peilingen hier nogal. Dit kan erop duiden dat de maatregel niet altijd helder is. Daarnaast geeft een vrij groot deel (10-30%) aan dat het niet altijd lukt of het niet altijd te doen. Het lijkt dus belangrijk om (ook) aandacht te houden voor handen wassen in de communicatie en dit concreter te maken: wat is vaak en wanneer is het goed genoeg?

Ook ruimte voor verbetering in naleven van het houden van 1,5 meter afstand

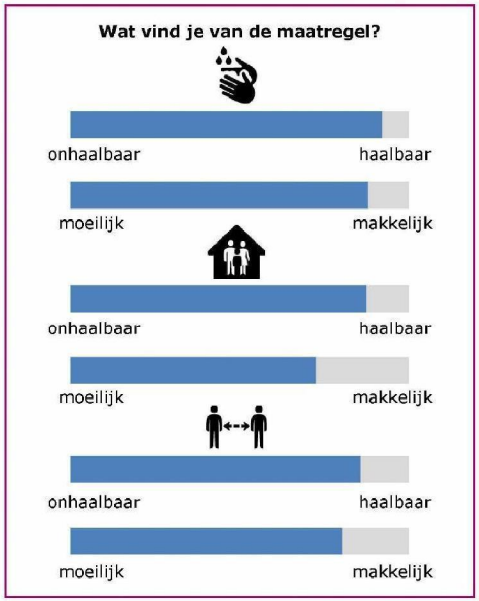


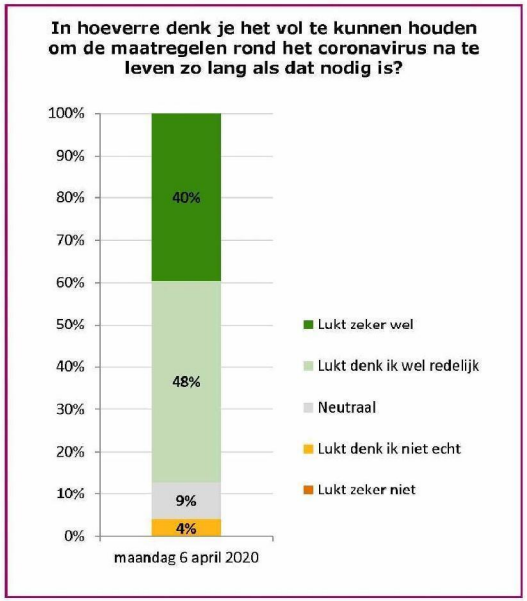
Toelichting grafiek: Deze vraag is voorgelegd aan respondenten die aangaven gisteren buiten huis geweest te zijn of bezoek te hebben ontvangen. De percentages zijn dus gebaseerd op de mensen voor wie afstand houden van toepassing was

1,5 meter afstand houden
Ook geven de meeste respondenten aan dat zij meestal of altijd 1,5 meter afstand houden. Dit beeld blijft stabiel over tijd. Bij deze maatregel is eveneens ruimte voor striktere naleving, omdat 71% (gemiddelde over zeven metingen) van de mensen aangeeft dit altijd te doen.

Externe peilingen
Afstand houden wordt geprobeerd en lukt over het algemeen in twee derde tot drie kwart van de gevallen altijd. Lastige plekken zijn winkels en supermarkten, maar ook buiten op straat. Binnenshuis met andere mensen buiten het huishouden is het vooral lastig: ruim een derde geeft aan dat dit soms of nooit gebeurt.

88% van de mensen denkt maatregelen vol te kunnen houden





Volhouden maatregelen
Er zijn kleine verschillen te zien tussen de maatregelen in de mate van haalbaarheid en hoe makkelijk de maatregel is om na te leven. Waar handen wassen in grote mate haalbaar en makkelijk wordt gevonden, blijken thuisblijven en afstand houden toch moeilijker te zijn. Op de langere termijn denkt een ruime meerderheid (88%) van de mensen de maatregelen 'wel redelijk' of 'zeker wel' vol te kunnen houden voor zo lang als dat nodig is.

Externe peilingen
Twee derde vindt de situatie nog (zeer) goed te doen, vooral omdat het nu eenmaal moet, ze thuis moeten blijven, thuis kunnen werken of zich nog wel vermaken. Jongeren hebben meer moeite met de situatie dan ouderen en voelen zich vaker eenzaam.

**Op deze pagina zijn de waarden uit de meting van maandag 6 april getoond. Het beeld over de voorgaande dagen is nagenoeg gelijk.*

Communicatieve werking van de campagne

Overzicht campagne-uitingen

TV



online animatie



radio

print



Herkenning

Totaal & Mediumniveau

	Herkenning	Gemiddelde ro*
CAMPAGNE	94%	80%

MEDIUM	Herkenning	Gemiddelde ro*	Impact**
TV	82%	69%	+++
Radio	69%	46%	Geen extra impact
Online animatie	58%	25%	+++
Print	72%	25%	+++

onder / gelijk / boven gemiddelde Rijksoverheid

Herkenning per leeftijd

MEDIUM	12-20 Jaar (n=93)	21-34 jaar (n=91)	35-49 jaar (n=121)	50-65 jaar (n=167)	66+ Jaar (n=132)
Campagne	97%	87%	96%	93%	96%
TV	78%	73%	82%	83%	92%
Radio	64%	70%	72%	66%	72%
Online animatie	61%	59%	56%	54%	62%
Print	81%	72%	69%	69%	72%

onder / gelijk / boven gemiddelde in alle leeftijdsgroepen

CONCLUSIE: Zowel de campagne in zijn geheel als de afzonderlijke uitingen worden aanzienlijk beter herkend in vergelijking met andere Rijksoverheidcampagnes. Voor het medium tv zien we dat in de leeftijdsgroep 21-34 de tv-spot minder goed wordt herkend, en in de leeftijdsgroep 66+ beter dan gemiddeld over de verschillende leeftijdsgroepen. De printadvertentie wordt het beste herkend in de leeftijdsgroep 12-20 jaar. De groepen 12-20 jaar en 21-34 zijn echter nog niet groot genoeg (N<100) om met voldoende statistische zekerheid uitspraken te doen. De inzichten in die groepen zijn vooralsnog indicatief.

dvj insights

** Gemiddelde herkenning van Rijksoverheidcampagnes met de inzet van tv.*
*** De impact van een uiting wordt bepaald door te analyseren of herkenning van een uiting bijdraagt aan herinnering van de campagne. Effectgroottes worden als volgt weergegeven: + b<.2 | ++ 2<b<.3 | +++ b>.3*

Waardering en boodschapoverdracht

CAMPAGNE (waardering, boodschapoverdracht)

	Algemeen publiek 12+	Gemiddelde ro*
Waardering RAPPORTCIJFER (1-10)	8.1	7.3
DUIDELIJK (1-5)	4.6	4.0
GELOOFWAARDIG (1-5)	4.5	3.8
GEEFT NIEUWE INFORMATIE (1-5)	3.5	3.2
NIET IRRITANT (1-5)	4.2	3.6
OPVALLEND (1-5)	4.1	3.6
RELEVANT (1-5)	4.6	N/A
GEMAKKELIJK TE BEGRIJPEN (1-5)	4.6	N/A
LEUK (1-5)	3.3	N/A

Geholpen Boodschapoverdracht	Algemeen publiek 12+ (gelukt / (deels) gelukt)	Gemiddelde ro* (gelukt / (deels) gelukt)
Blijf zoveel mogelijk thuis.	88% / 98%	60% / 86%
Houdt anderhalve meter afstand.	90% / 99%	60% / 86%
Was vaker je handen.	88% / 98%	60% / 86%
Alleen samen krijgen we corona onder controle.	84% / 97%	60% / 86%

UITINGEN (waardering)

WAARDERING	Algemeen publiek 12+	Gemiddelde ro*
TV	8.2	7.4
Radio	8.1	7.2
Online animatie	8.2	7.2
print	8.1	7.0

CONCLUSIE: De coronacrisis heeft consequenties voor vrijwel iedereen in Nederland waardoor het campagne-onderwerp een hoge relevantie kent. Na het tonen van de campagne-uitingen vinden vrijwel alle personen dat de campagne erin slaagt de belangrijkste boodschappen over te brengen. Daarnaast wordt de campagne in zeer grote mate als duidelijk en geloofwaardig gezien.

dvj insights

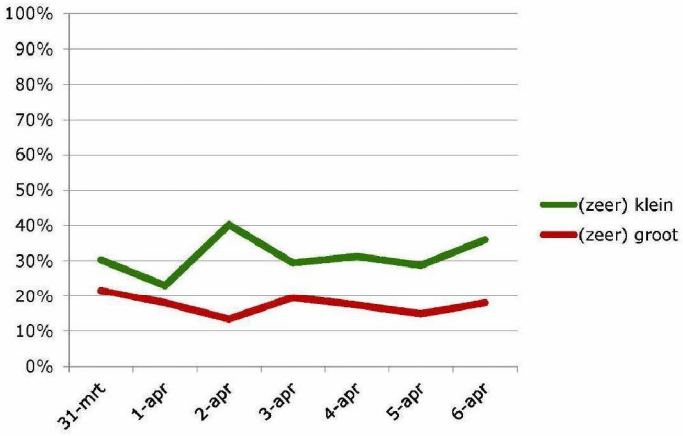
* *Gemiddelde van Rijksoverheidcampagnes met de inzet van tv.*

onder / gelijk / boven benchmark

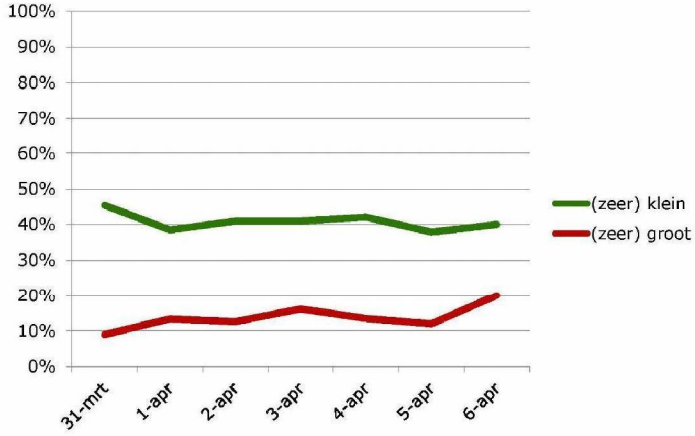
Aanvullende indicatoren

Een kleine groep acht de kans groot om besmet te raken

Ingeschatte kans om besmet te raken



Ingeschatte kans om in het ziekenhuis te komen of te overlijden

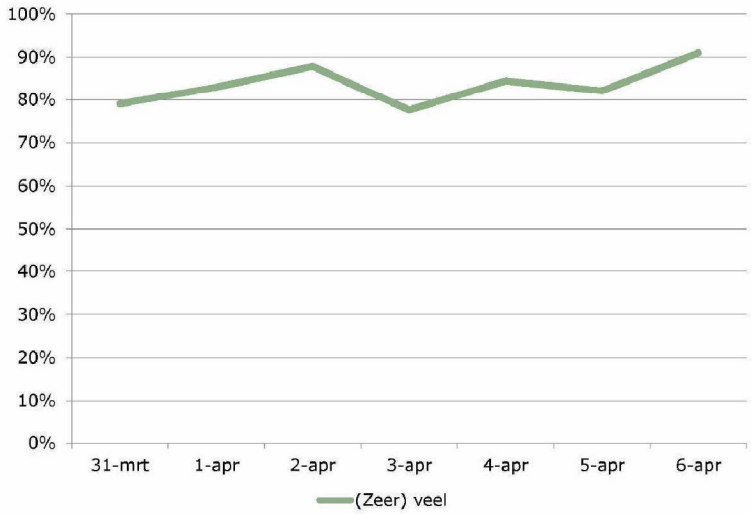


Risicoperceptie
Slechts een kleine groep mensen acht de kans om besmet te raken met het coronavirus (zeer) groot. Een nog kleinere groep acht de kans (zeer) groot om door het coronavirus in het ziekenhuis te komen of daaraan te overlijden.

Externe peilingen
Ongeveer één op de zeven denkt het virus te zullen krijgen. Ouderen (1 op de 5) en zorgverleners (1 op de 3) schatten die kans hoger in. De risicoperceptie lijkt wat te zijn gedaald.

Veel mensen denken dat de maatregelen (zeer) veel effect hebben op het afremmen van de verspreiding

In hoeverre helpen de ingestelde maatregelen volgens jou bij het afremmen van de verspreiding van het coronavirus?

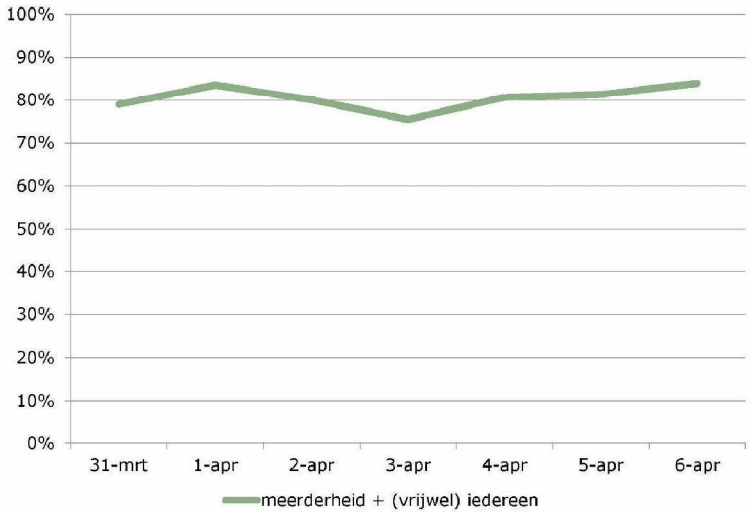


Ingeschatte effectiviteit van de maatregelen
Veruit de meeste mensen denken dat de genomen maatregelen (zeer) veel effect hebben op het afremmen van de verspreiding van het coronavirus. Ondanks dat er groot vertrouwen is in de effectiviteit, is er een duidelijke fluctuatie te zien over tijd. Rond 3 april lag de ingeschatte effectiviteit het laagst. Daarna is deze geleidelijk weer gaan stijgen. Dit hangt vermoedelijk samen met het sentiment dat per dag wisselt.

Externe peilingen
De ingeschatte effectiviteit van de maatregelen lag eerder wat lager, dus deze lijkt te zijn toegenomen.

Anderen in de omgeving houden zich vaak aan de maatregelen

In hoeverre houden mensen in jouw directe omgeving zich aan de huidige maatregelen?

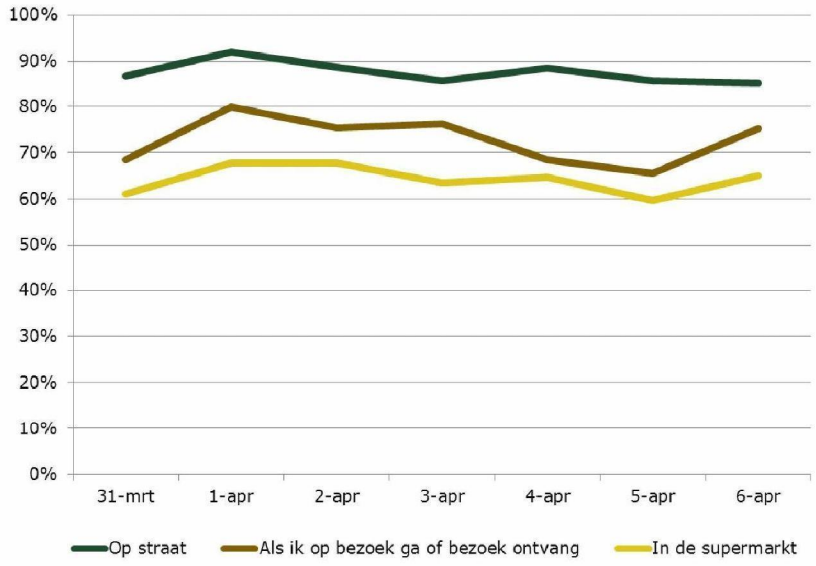


Wat doet de omgeving?
Circa acht op de tien geven aan dat de meeste mensen of (vrijwel) iedereen in hun omgeving zich aan de huidige maatregelen houd(en). Dit beeld is redelijk stabiel over tijd.

Externe peilingen
Het beeld uit de externe peilingen leek eerder nog wat negatiever, toen ongeveer een derde het gevoel had dat de meeste Nederlanders zich niet zoveel aantrekken van de maatregelen.

Afstand houden lukt onszelf het best op straat

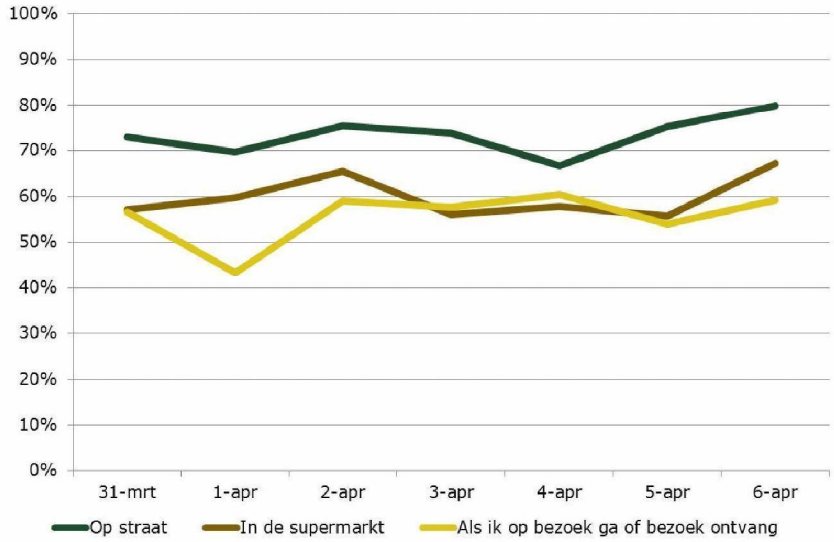
In hoeverre lukt het je om 1,5 meter afstand te houden?
% dat aangeeft dat dit meestal of altijd lukt



Eigen effectiviteit bij afstand houden
De grafiek laat zien dat afstand houden het best lukt op straat en het minst goed lukt in de supermarkt. Ook bij bezoek is afstand houden al een stuk lastiger dan op straat. Er is een kleine daling zichtbaar in de situaties 'als ik op bezoek ga of bezoek ontvang' en 'in de supermarkt' tijdens het weekend (4 en 5 april). Mogelijk was dit toen toch wat lastiger.

Op straat houden ook anderen het meest afstand

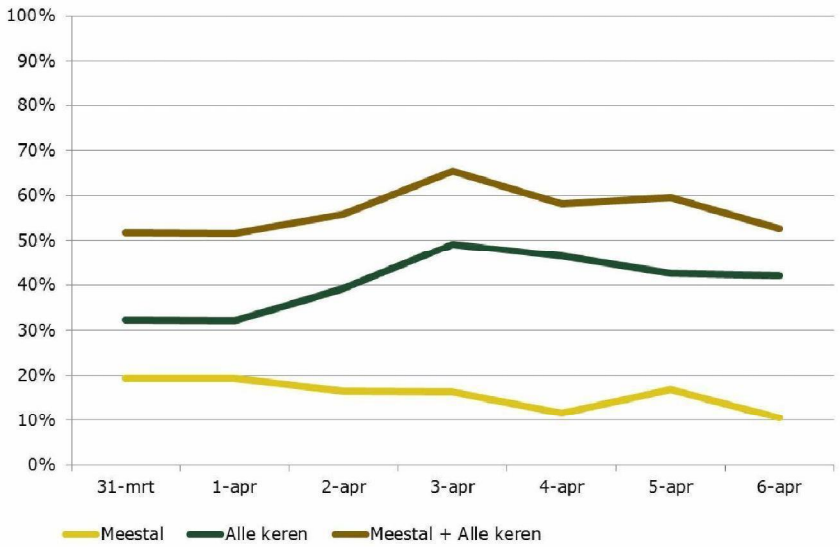
In hoeverre houden andere mensen in de volgende situaties 1,5 meter afstand?
% dat aangeeft dat de meerderheid of (vrijwel) iedereen dit doet



Descriptieve norm bij afstand houden
Het gevoel heerst dat anderen ook op straat het meest afstand houden. Echter ligt de norm voor afstand houden in de supermarkt of bij bezoek lager. De mate waarin men het gevoel heeft dat anderen afstand houden bij een bezoek, is over het algemeen zelfs het laagst. Dit terwijl men zelf aangeeft beter afstand te kunnen houden bij bezoek dan in de supermarkt (eigen effectiviteit).

Een kleine meerderheid hoest of niest in de ellenboog

In hoeverre heb je gisteren wanneer dat nodig was in je ellenboog gehoest of geniest?

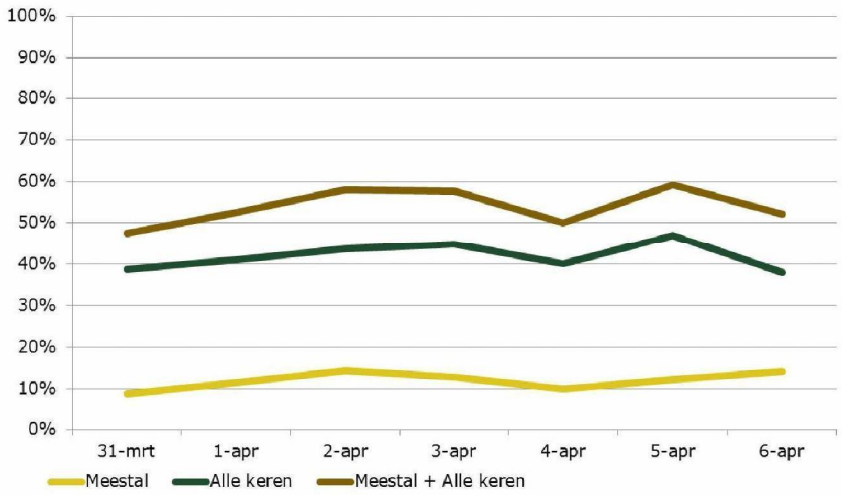


Hygiënemaatregelen
In het naleven van de hygiënemaatregel om te hoesten of te niesen in de ellenboog is nog veel verbetering mogelijk. Slechts iets meer dan de helft van de mensen doet dit 'meestal' of 'alle keren'. Wel is er een lichte stijging zichtbaar in dit gedrag 'alle keren' uitvoeren en een lichte daling in 'meestal'.

Flitspeiling VWS
Het niesen in de ellenboog kan nog beter: 61% doet dit altijd.

Ook in het gebruik van papieren zakdoekjes ruimte voor verbetering

In hoeverre heb je gisteren wanneer dat nodig was papieren zakdoekjes gebruikt?

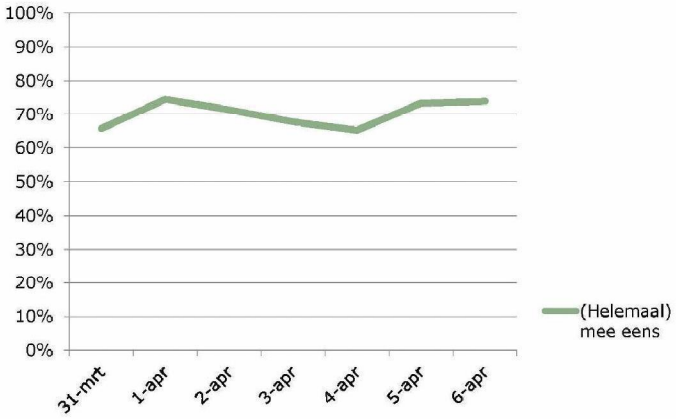


Hygiënemaatregelen
Ook de hygiënemaatregel om papieren zakdoekjes te gebruiken wordt lang niet door iedereen nageleefd. Slechts een kleine meerderheid doet dit 'meestal' of 'alle keren' wanneer dat nodig is. Er is hierin geen ontwikkeling over de tijd te zien.

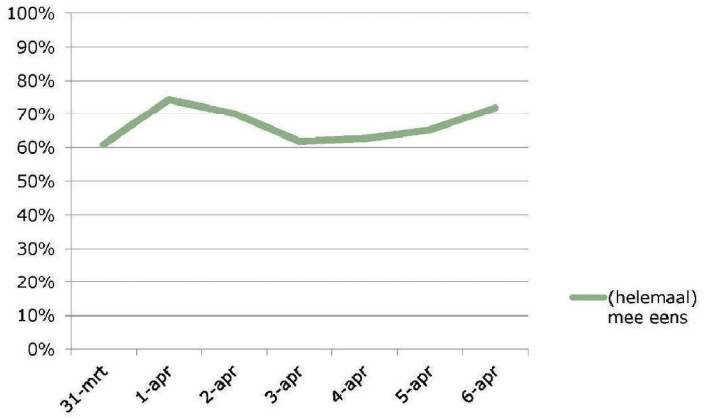
Filtspeiling VWS
Het gebruik van papieren zakdoekjes kan nog beter: 59% doet dit altijd.

De Rijksoverheid treft de juiste en voldoende maatregelen

De Rijksoverheid treft de juiste maatregelen om verdere verspreiding van het coronavirus tegen te gaan.



De Rijksoverheid treft voldoende maatregelen om verdere verspreiding van het coronavirus tegen te gaan.

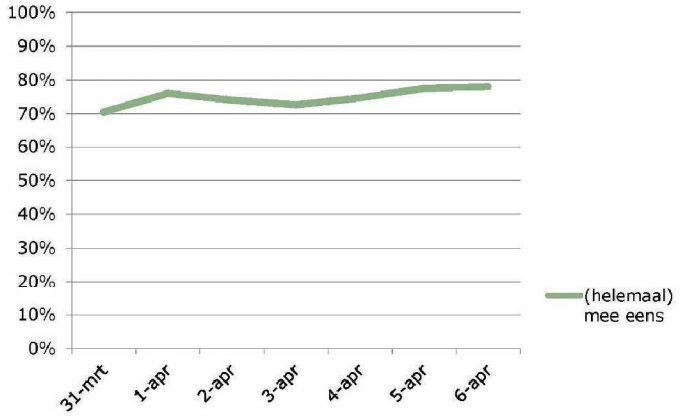


De Rijksoverheid treft de juiste maatregelen
Een ruime meerderheid van de respondenten vindt dat de overheid de juiste maatregelen neemt om verdere verspreiding van het coronavirus tegen te gaan. Hierin is een lichte fluctuatie te zien.

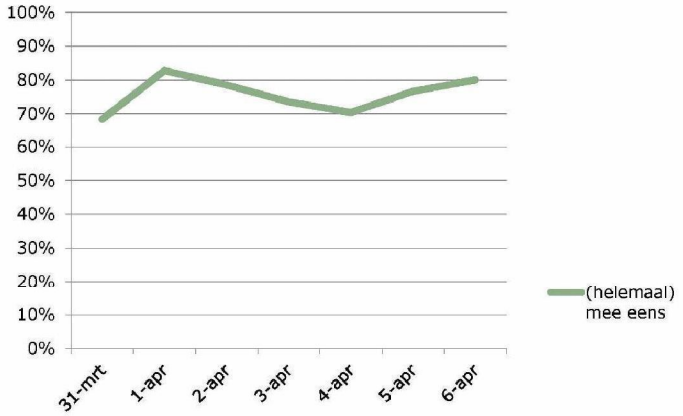
De Rijksoverheid treft voldoende maatregelen
Ook vindt een ruime meerderheid van de respondenten dat de Rijksoverheid voldoende maatregelen neemt. Hierin is een sterkere fluctuatie over tijd te zien met vrijdag 3 april als laagste punt.

De Rijksoverheid informeert mensen voldoende en duidelijk

De Rijksoverheid informeert mij voldoende over de maatregelen ten aanzien van het coronavirus.



De Rijksoverheid informeert mij duidelijk over de maatregelen ten aanzien van het coronavirus.

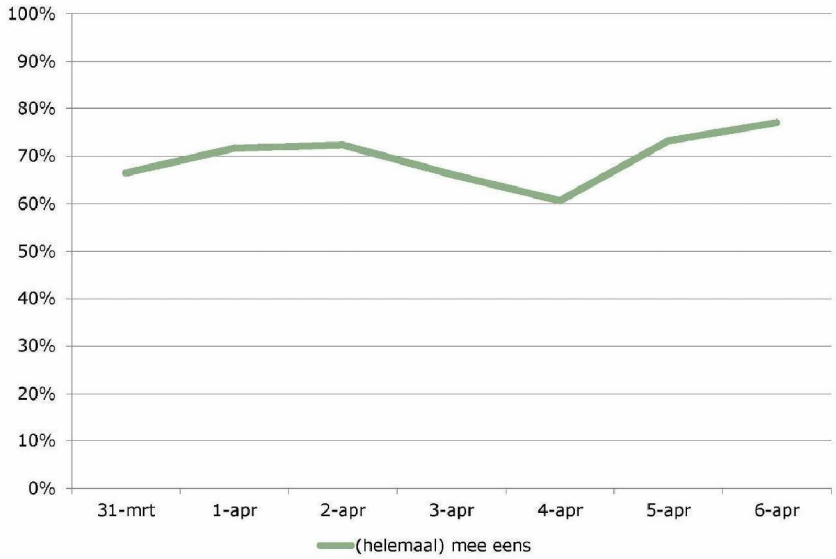


De Rijksoverheid informeert mensen voldoende
De meeste respondenten voelen zich voldoende geïnformeerd over de maatregelen ten aanzien van het coronavirus door de Rijksoverheid. Hierin is een lichte stijging te zien over tijd.

De Rijksoverheid informeert mensen duidelijk
Ook vinden de meeste mensen dat de Rijksoverheid duidelijk informeert over de maatregelen. Dit beeld fluctueert enigszins over tijd. Na de persconferentie op 31 maart was er een stijging. Tussen woensdag 1 april en zaterdag 4 april vond vervolgens een geleidelijke daling plaats die daarna weer is hersteld.

De Rijksoverheid is een betrouwbare bron van informatie

De Rijksoverheid is een betrouwbare bron van informatie over het coronavirus.

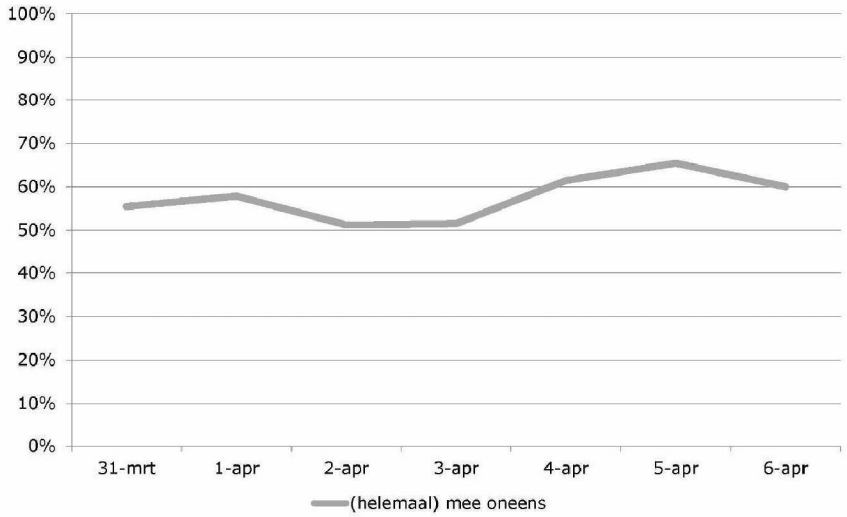


De Rijksoverheid is een betrouwbare bron van informatie over het coronavirus
Het percentage mensen dat aangeeft de overheid als betrouwbare bron te zien is tussen donderdag 2 april en zaterdag 4 april geleidelijk gedaald. Daarna heeft echter een stijging plaatsgevonden die nagenoeg even groot is.

Externe peilingen en flitspeiling VWS
Er is een groot vertrouwen in de informatie van de overheid en dit is gestegen. Twee derde vindt de informatievoorziening van de Rijksoverheid en het RIVM het meest betrouwbaar.

De meeste mensen voelen zich niet te veel beperkt in hun vrijheid

De Rijksoverheid beperkt mensen te veel in hun vrijheid met de maatregelen ten aanzien van het coronavirus.



Beperking van vrijheid door de maatregelen
Meer dan de helft van de respondenten vindt dat de maatregelen hen niet te veel in hun vrijheid beperken. De scores zijn het hoogste in de metingen die rond het weekend zijn gedaan.

Externe peilingen en flitspeiling VWS
De zorgen nemen toe, vooral over de eigen gezondheid en die van naasten en voor de samenleving in het algemeen. Zorgen om bedrijven, het eigen inkomen en de verspreiding van het virus zijn relatief minder en blijven gelijk.

Gevoelens van boosheid en ergernissen thuis lijken wat toe te nemen.

Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken

Colofon

Publicatiedatum
8 april 2020

Meer informatie of vragen?

5.1.2e
5.1.2e @minaz.nl

5.1.2e
5.1.2e @minaz.nl

5.1.2e
5.1.2e @minaz.nl

5.1.2e
5.1.2e @minaz.nl

5.1.2e
5.1.2e @minaz.nl