

Mediastrategie RIVM in de Coronacrisis

Inleiding

De impact van het nieuwe coronavirus op het RIVM is groot. Dat geldt niet meer alleen voor het domein van infectieziekten maar voor het RIVM in de volle breedte. Daarom is onlangs in de Directieraad een communicatiestrategie vastgesteld. Die strategie geeft handvatten voor de rol van het RIVM en onze in- en externe communicatie. Dit document gaat in op de uitwerking van deze strategie op het gebied van media en woordvoering.

2. Rol van het RIVM

Tot eind februari heeft het RIVM Nederland geïnformeerd over het verloop van de infectieziekte uitbraak in het buitenland. Tijdens de acute crisisfase in Nederland ging de publiekscommunicatie over naar de Rijksoverheid/Nationaal Kernteam Crisiscommunicatie (NKC). Het RIVM informeerde Nederland over het verloop van de uitbraak van het nieuwe coronavirus en de achterliggende onderbouwing.

Nu de acute crisis onder controle lijkt, is een bredere kennisbasis nodig om te bepalen welke maatregelen afgeschaald kunnen worden. Daarnaast gaat het andere werk van het RIVM ook door. Dit vraagt om afgestemde communicatie. Ook als het gaat om onze contact met de media en onze woordvoering.

3. Positionering

In het kort gaan we ons weer in de volle breedte positioneren als Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu en niet langer als Rijksinstituut voor Corona.

Wij zijn:

- Wetenschappelijk onderzoeksinstituut op het gebied van Volksgezondheid, Zorg, Milieu en Veiligheid
- Een betrouwbare adviseur voor overheid, professionals en burgers
- Adviseur van beleid én midden in de maatschappij

3. Uitgangspunten

- Het RIVM is niet meer de belangrijkste leverancier van kennis in deze fase. In de besluitvorming wordt ook (wetenschappelijke) kennis en kunde van andere gebieden meegenomen.
- We zijn transparant over ons werk en over de manier waarop we dat doen. We laten de (wetenschappelijke) onderbouwing van onze adviezen duidelijk zien
- we blijven weg blijf weg bij politiek/beleid en maatregelen. Maar we zijn open over hoe onze adviezen zich verhouden tot politiek en maatschappij, de dilemma's die dat met zich meebrengt en hoe we daar mee omgaan.

Strategie

- We berichten transparant en actief over de breedte van ons werk
- We zetten in op media die passen bij doel en doelgroep van de boodschap.
- We houden de regie over onze eigen boodschap en communicatie

- Ook en juist als het gaat over het terugkijken en evalueren van onze rol in de bestrijding van het nieuwe coronavirus.
- We zorgen voor verbinding met onze andere communicatiekanalen en -disciplines (communicatieadvies, online en social, beeld).
- We zetten in op woordvoerders die passen bij doel en doelgroep van de boodschap. De DG is het boegbeeld van het RIVM in de volle breedte, de thema's waar het RIVM aan werkt, de rollen die we hebben en de uitdagingen en dilemma's die dat soms met zich meebrengt.

4. Concrete acties

- **Overzicht**
 - We werken aan overzicht van het RIVM werk in de volle breedte
 - We benoemen expliciet welke projecten primair over het nieuwe coronavirus gaan en welke projecten raakvlakken hebben.
 - We bepalen welke thema's we komend half jaar actief onder de aandacht willen brengen (en hoe zich dat verhoudt tot corona).
 - We starten het persoverleg weer op
 - We zorgen voor verbinding in ons (inhoudelijk) werk
- **Voorbereiden**
 - Belangrijke mijlpalen voor benoemde thema's in kaart brengen voor komende half jaar
 - Samen met inhoudelijk experts werken we aan basis voor kernboodschappen en woordvoeringslijnen
 - We verzamelen informatie waarmee we ons eigen verhaal over het RIVM tijdens de coronacrisis vorm kunnen geven. We maken in feite onze eigen reconstructie. Gekoppeld aan internationale gebeurtenissen rond Corona, wat was onze rol, wanneer hebben wij wat geadviseerd, welke maatregelen werden aangekondigd, wanneer waren omt's etc.
- **Verzamelen bouwstenen verhaal van het RIVM**
 - Basis is ons bestaande verhaal (corporate story + RIVM 2025). Waarom zijn wij er, waar staan wij voor, hoe is het zover gekomen, waar kun je ons op aanspreken etc etc.
 - 'En toen kwam de coronacrisis...'. Wat betekent dat voor ons verhaal, onze waarden en waar wij voor staan. Hoe hebben we het aangepakt. Etc.
- **Woordvoering**
 - In het kader van de reconstructie zetten we de DG de actief in als boegbeeld van het RIVM. We kijken daarbij goed naar doel, boodschap, timing en doelgroep.