



Vervolg publiekscampagne 'Ik stroop mijn mouw op'

alleen samen krijgen we
corona onder controle



Inhoud

- Strategische uitgangspunten
- Middelen eerste campagne en huidige middelen
- Vervolg campagne – uitrol in april

alleen samen krijgen we
corona onder controle



Strategische uitgangspunten

- De strategie draagt bij aan het beleidsdoel dat **zoveel mogelijk mensen** (meer dan 70% van de bevolking) van >18 jaar zich laten **vaccineren**
- **Hoofddoelgroep: de mensen die twijfelen**
- **Draagvlak vergroten** (dit loopt de hele vaccinatieperiode door)
 - Aanbieden en vindbaar maken van betrouwbare informatie
 - Onafhankelijke experts gebruiken
 - Dialoog aangaan
- **Activeren** om het vaccin te nemen (vanaf de start van de vaccinatie)
 - Drie argumenten: voor jezelf, *uiteindelijk* ook een ander beschermen, leven zonder coronaregels
 - Sociale norm: de meeste mensen vinden vaccineren 'normaal'
 - Versterken van het gevoel van autonomie: het is je eigen keuze
 - Controle terugkrijgen op het leven: positieve stap die jij kan zetten om je leven weer terug te krijgen
 - Inzetten van rolmodellen
 - Inspelen op emoties

alleen samen krijgen we
corona onder controle



Eerste campagne (jan-maart 2021): vooral draagvlak, met een vleugje activeren

Informereren

- *Coronavaccinatie.nl*
- Advertenties in landelijke dagbladen (tot nu toe zes stuks)
- Online: filmpjes 5.1.2e over de belangrijkste vraagstukken
- Online: display banners en social campagne met focus op vragen die leven onder mensen, leidend naar de website voor antwoorden
- Online: talkshow voor de zorg
- Online: QenA's in tekst en explainers
- Flyer, sliders, praatplaat, 5.1.2e module

Activeren

- TV-spot en online video
- PR: lokale en landelijke media-aandacht, met name rondom eerste ambassadeurs voor de oudere doelgroep: 5.1.2e
- Radiospots : tekst zoals tv-spot en nu twee met 5.1.2e
- Online en als poster: ik stroop mijn mouw op (en postergenerator) met motivatie

alleen samen krijgen we
corona onder controle





Wij stropen onze mouw op

alleen samen krijgen we corona onder controle

Campagne vanaf april: meer accent op activeren

Nieuwe uitdagingen – minder gemotiveerde groepen

- Verwachting: ik word niet zo ziek van corona
- De druk in de ziekenhuizen is lager of zelfs weg
- De kwetsbaren zijn beschermd
- De maatregelen zijn afgeschaald

Strategische toevoegingen

- Blijven communiceren is belangrijk – bereidheid daalt als je niet van je laat horen
- 40-60 jaar: gewone mensen als rolmodel – inspelen op de sociale norm
- Collectief belang dichterbij brengen door te vertalen naar lokale situatie
- Sociale beloning staat centraal in deze flight: als zoveel mogelijk mensen zich laten vaccineren, dan helpt dat om het sociale leven weer op gang te brengen
- BN'ers verder inzetten als rolmodel

alleen samen krijgen we
corona onder controle



Nieuwe campagne – start half april

- We leven allemaal in ons eigen **wereldje**. Dat wereldje en de mensen die daarin leven betekenen heel veel voor ons, en dat **brenge**n we het liefst zo gauw **mogelijk weer op gang**. Vaccineren is hierin de belangrijkste stap.
- We gaan mensen er bewust van maken dat ze **zelf onderdeel kunnen zijn van de oplossing**. En dat ze hun omgeving, met hun eigen sportvereniging, café, feestjes met vrienden, bioscoop en de bloemenzaak op de hoek weer op gang kunnen brengen door zich te laten vaccineren.

alleen samen krijgen we
corona onder controle



Nieuwe TVC

We zien een man van middelbare leeftijd een GGD-gebouw uit komen lopen. Hij is net gevaccineerd en staat even stil bij dit bijzondere moment. VO: ***Door je te laten vaccineren tegen corona, bescherm je jezelf.***

Met een zichtbaar voldaan gevoel springt de man op de fiets en trapt vrolijk door zijn dorp. We kijken met hem mee en zien wat hij ziet. De voice-over gaat verder: ***maar als we om ons heen kijken...***

We zien verschillende scenes (corona-proof):

- Oude mannen op een bankje – zwaaien
- Winkel: paspoppen worden aangekleed
- Verjaardag van vrouw op een grasveld
- Caféhouder draait parasol open

De voice-over: ***...dan zien we waar we het (allemaal) nog meer voor doen.***

- Basisschool: gaat kleinkind ophalen

De man fietst, met zijn kleindochter achterop, het beeld uit terwijl de voice-over afsluit:

Vaccineren helpt het leven van jezelf en je omgeving weer op gang te brengen en op gang te houden. Of je je laat vaccineren is je eigen keuze. Het is begrijpelijk als je vragen hebt. Antwoorden vind je op coronavaccinatie.nl.

De tekst **coronavaccinatie.nl** verschijnt over het beeld

alleen samen krijgen we
corona onder controle



Werkt ook als RC

Script Radio 27" (optie 1)

We horen de vaste corona voice-over:

Door je te laten vaccineren tegen corona, bescherm je jezelf.

Maar als we goed om ons heen kijken, dan zien we waar we het (allemaal) nog meer voor doen:

- *Eindelijk weer de stad in om te winkelen.* SFX: Winkelbelletje
- *Uiteten, of borrelen op het terras* SFX: Klinkende glazen
- *Of weer samen naar de sportschool.* SFX: Vallende fitness halters

Vaccineren helpt het leven van jezelf en je omgeving weer op gang te brengen en op gang te houden. Of je je laat vaccineren is je eigen keuze. Het is begrijpelijk als je vragen hebt. Antwoorden vind je op [coronavaccinatie.nl](https://www.coronavaccinatie.nl).

alleen samen krijgen we
corona onder controle



Verdere middelen

Branded content – achtergrond gericht op de jongere doelgroepen

Onderwerpen: bijwerkingen, zwangerschap, mutanten, logistiek, effectiviteit

Online strategie – gericht op iedereen met vragen

- Door met filmpjes 5.1.2e
- Toevoeging explainers, QenA's op inhoud met andere expert
- Sliders gemaakt over diverse onderwerpen
- Advertenties (max 3)

Verder met 'ik stroop mijn mouw op' ambassadeurs (evt ook radio)

Met jongeren de dialoog aangaan: vragen ophalen – middelen maken zoals we nu voor quarantaine en de algemene maatregelen doen

alleen samen krijgen we
corona onder controle

