

Campagne-effectmonitor

ALLEEN SAMEN



RAPPORT VOOR
Dienst Publiek en Communicatie

DVJ INSIGHTS TEAM
5.1.2e

DATUM
08-09-2020

CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



- > **Achtergrond en doelstellingen**
 - Effecten hoofdcampagne
 - Effecten deelcampagne testen
 - Communicatieve werking
 - Web- en social statistieken
 - Aanvullende indicatoren en overige inzichten

ACHTERGROND

- Sinds dinsdag 31 maart voert DVJ Insights in opdracht van het NKC en het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 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 waren de ontwikkelingen van dag op dag te volgen.
- Vanaf 4 mei wordt er in plaats van iedere dag, wekelijks een steekproef getrokken onder 600 Nederlanders van 12 jaar en ouder en vanaf 1 juni om de week. Sinds augustus wordt op basis van de kennisbehoefte de frequentie van de rapportage bepaald.
- In de rapportage van deze week zijn de resultaten van de doelstellingen van de hoofdcampagne, de deelcampagne testen en aanvullende indicatoren gebundeld. Die resultaten worden op weekniveau gepresenteerd. Aanvullend worden webstatistieken van diverse publieke overheidssites rondom het coronavirus gerapporteerd.
- De campagne is slechts één onderdeel van alle communicatie rondom het coronavirus. Het onderzoek en de rapportage wijken daarom af van een reguliere campagne-effectmeting.



CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



Achtergrond en doelstellingen

> **Effecten hoofdcampagne**

Effecten deelcampagne testen

Communicatieve werking

Web- en social statistieken

Aanvullende indicatoren en

overige inzichten

CAMPAGNE DOELSTELLINGEN

HOOFDCAMPAGNE



VINDEN

1. Men vindt het belangrijk om zich aan de maatregelen te houden.
2. Men heeft vertrouwen in het beleid / stappenplan.



VOELEN

1. 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 zichzelf en anderen.



DOEN

1. Men houdt zich aan de maatregelen (omdat er dan stap voor stap meer mogelijk wordt, voor zichzelf en/of voor elkaar*):
 - a. Klachten? Blijf thuis en laat je testen.
 - b. Houd 1,5 meter afstand van anderen.
 - c. Was vaak je handen.
 - d. Werk zoveel mogelijk thuis.
 - e. Vermijd drukke plekken
 - f. Reis zoveel mogelijk buiten de spits.
2. Mensen die zich aan de maatregelen houden, houden deze vol voor zo lang dat nodig is.

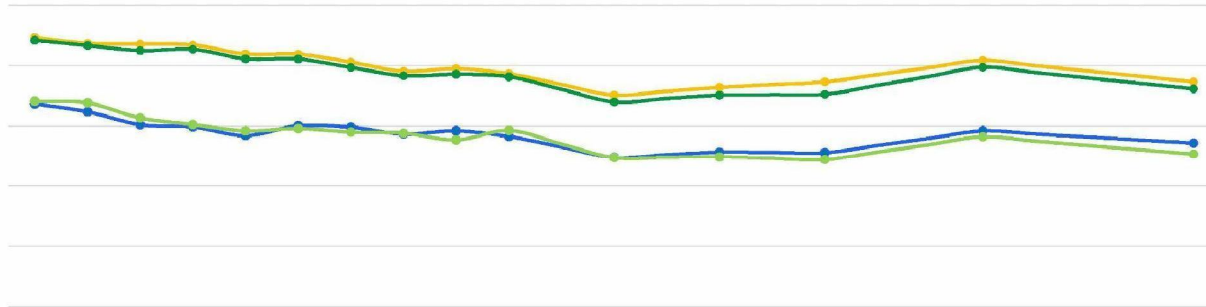
** Voor het meten van deze doelstellingen is mensen gevraagd wat zij gisteren (dus de dag voor de meting) of in de afgelopen week hebben gedaan.*

DE ERVAREN URGENTIE EN MOTIVATIE VOOR HET HOUDEN VAN ANDERHALVE METER AFSTAND IS AFGELOPEN MAAND AFGENOMEN



De afgelopen maand is de mate waarin men de maatregel belangrijk, makkelijk en nuttig vindt significant afgenomen. Hoe prettig men de maatregel vindt lijkt ook te dalen. Dit is echter geen significante daling.

Belangrijk / Nuttig /
Prettig / Makkelijk



Onbelangrijk /
Nutteloos / Onprettig /
Moeilijk



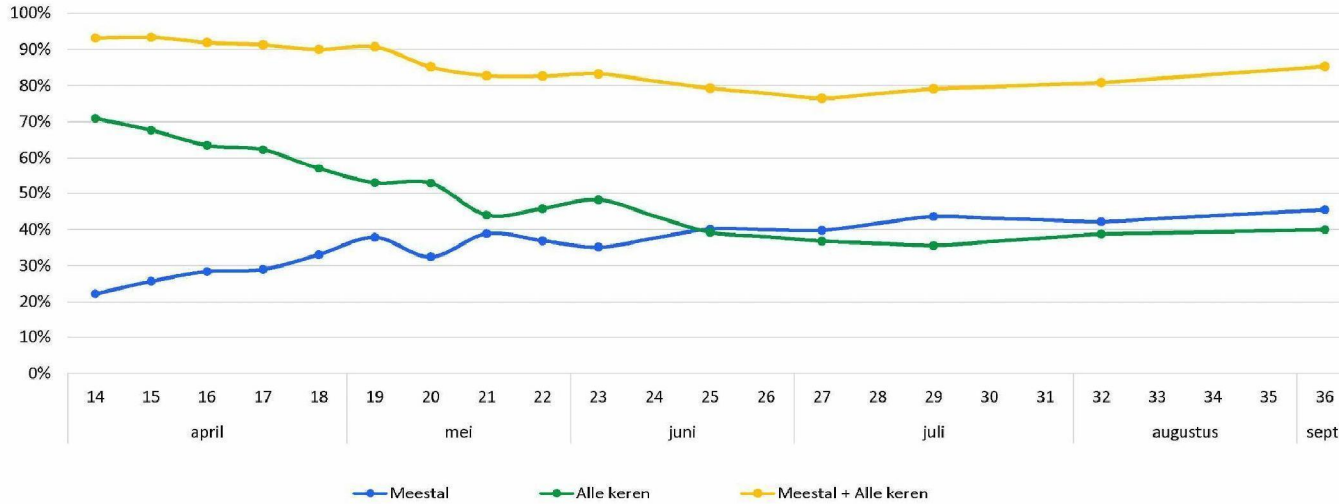
—●— Onbelangrijk - Belangrijk
 —●— Nutteloos - Nuttig
 —●— Onprettig - Prettig
 —●— Moeilijk - Makkelijk



HET AANDEEL MENSEN DAT NAAR EIGEN ZEGGEN MEESTAL OF ALLE KEREN AFSTAND HOUDT NEEMT SINDS HALVERWEGE JULI LANGZAAM TOE



Ongeveer vier op de tien mensen houden alle keren anderhalve meter afstand en een even groot deel doet dit meestal.

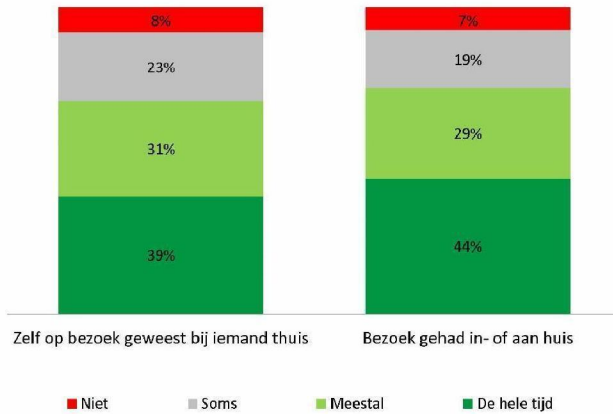


MENSEN VINDEN HET BELANGRIJK OM AFSTAND TE HOUDEN VAN MENSEN DIE ZIJ NIET (GOED) KENNEN

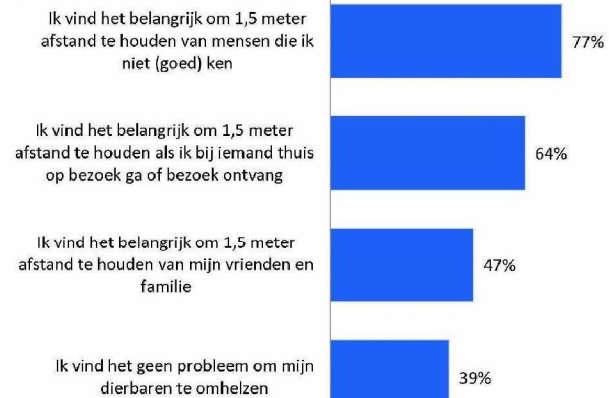


Wanneer het echter om vrienden en familie gaat vinden ze de 1,5 meter afstand maatregel minder van belang. Zowel bij bezoek thuis als wanneer men bij iemand op bezoek gaat, houden ongeveer zeven op de tien mensen de hele tijd of meestal 1,5 meter afstand van anderen.

Afstand houden van bezoekers thuis vs. bij iemand anders thuis



Belang 1,5 meter afstand houden van anderen - % (helemaal) eens

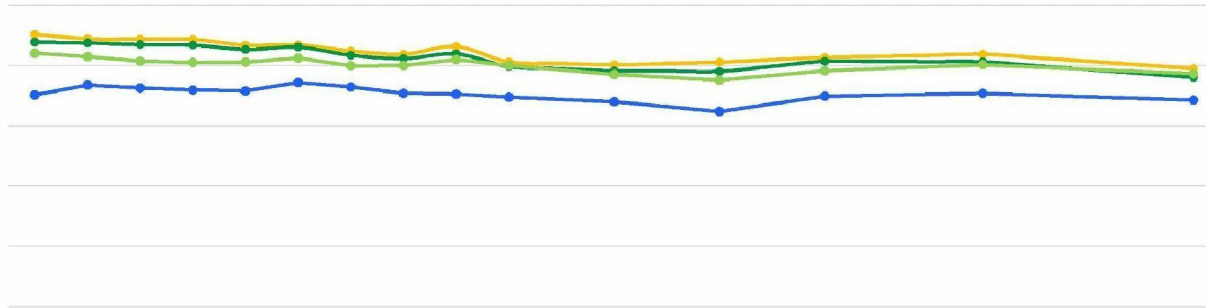


HET AANDEEL MENSEN DAT HET BELANGRIJK EN NUTTIG VINDT OM DE HANDEN TE WASSEN NEEMT DEZE MAAND AF

Hoe prettig en gemakkelijk men het vindt om vaker de handen met water en zeep te wassen is stabiel gebleven.



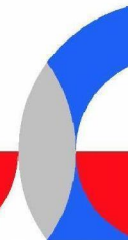
Belangrijk / Nuttig / Prettig / Makkelijk



Onbelangrijk / Nutteloos / Onprettig / Moeilijk



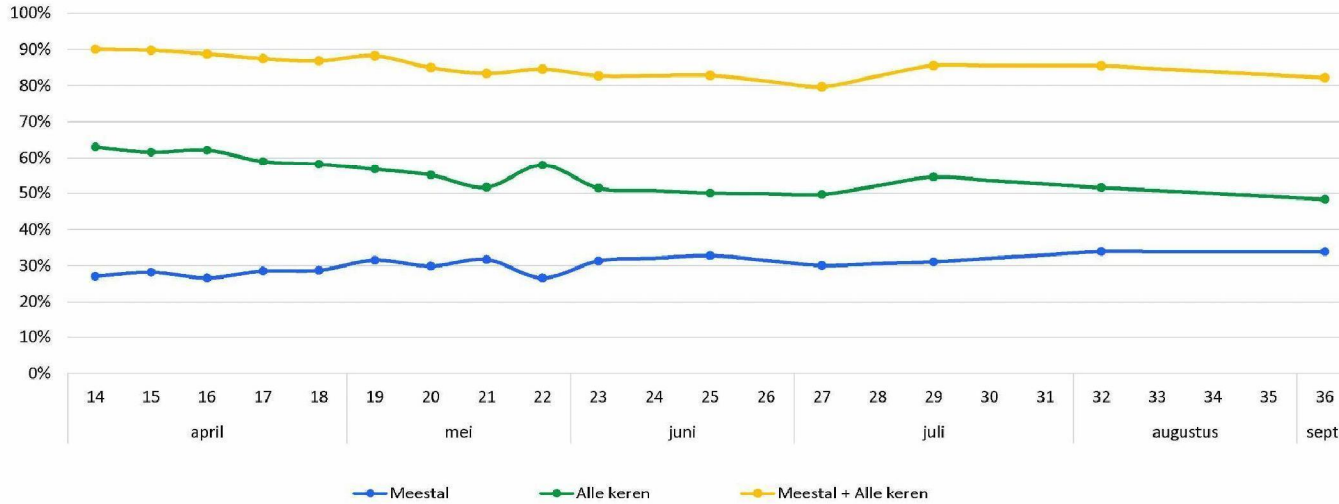
—●— Onbelangrijk - Belangrijk
 —●— Nutteloos - Nuttig
 —●— Moeilijk - Makkelijk
 —●— Onprettig - Prettig



HET AANDEEL MENSEN DAT MEESTAL OF ALLE KEREN DE HANDEN WAST, IS SINDS HALVERWEGE JULI STABIEL



De helft van de mensen geeft aan alle keren zijn of haar handen te wassen en één op de drie mensen doet dit meestal.

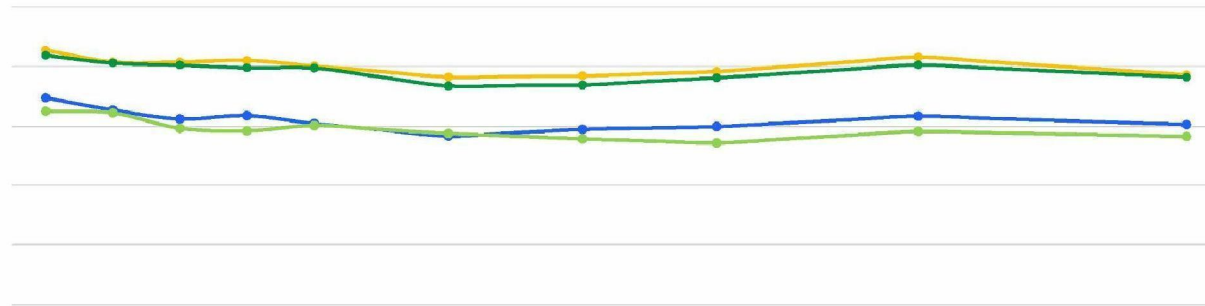


DE ERVAREN URGENTIE EN MOTIVATIE VOOR DE MAATREGEL 'DRUKTE VERMIJDEN' NEEMT DEZE MAAND AF



Net als bij de maatregel handen wassen ervaart men de maatregel 'drukte vermijden' afgelopen maand als minder belangrijk en nuttig. Hoe prettig en moeilijk men de maatregel vindt, is stabiel gebleven.

Belangrijk / Nuttig /
Prettig / Makkelijk



Onbelangrijk /
Nutteloos / Onprettig /
Moeilijk



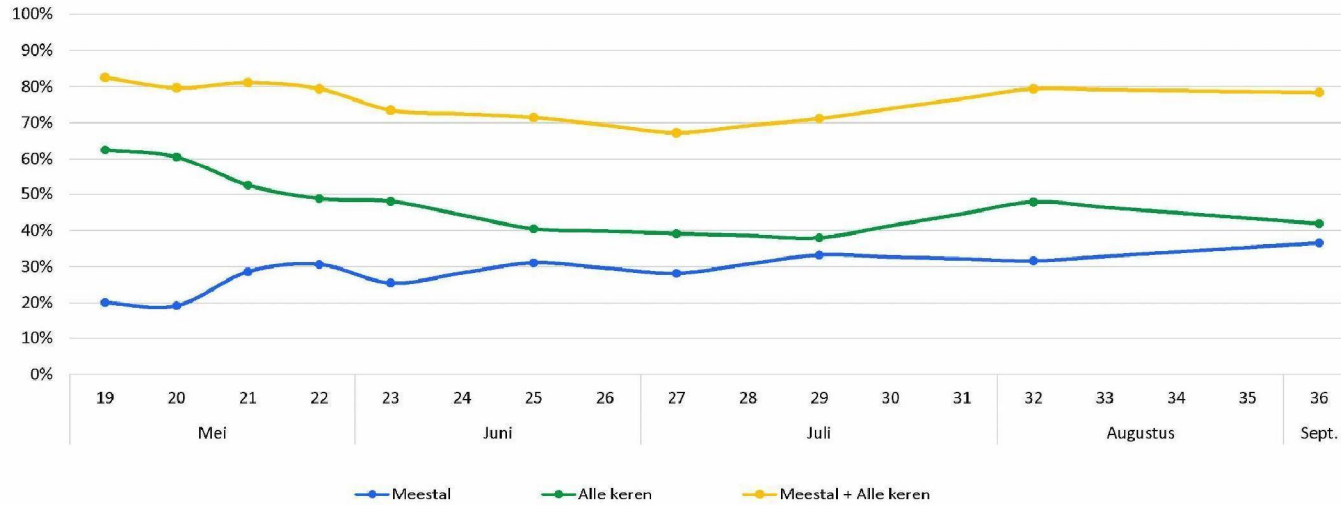
—●— Onbelangrijk - Belangrijk
 —●— Nutteloos - Nuttig
 —●— Onprettig - Prettig
 —●— Moeilijk - Makkelijk



HET AANDEEL MENSEN DAT NAAR EIGEN ZEGGEN MEESTAL OF ALLE KEREN DRUKTE HEEFT VERMEDEDEN IS DEZE MAAND STABIEL GEBLEVEN



Acht op de tien mensen hebben meestal of alle keren drukte vermeden.

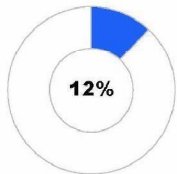


EÉN OP DE VIER MENSEN MET KLACHTEN BLIJFT THUIS

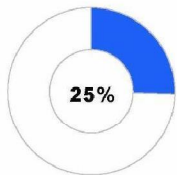


Verreweg de meeste mensen met één of meerdere milde klachten (neusverkoudheid, loopneus, hoesten, keelpijn, verhoging en/of koorts) geven aan dat zij niet de hele dag thuis zijn gebleven op de dag dat zij klachten hadden. Dit geldt ook voor mensen die het vermoeden hadden dat de klachten met corona te maken hadden. Drie op de tien mensen leven deze maatregel naar eigen zeggen wel na. Dit aandeel ligt afgelopen maand hoger (vier op de tien mensen).

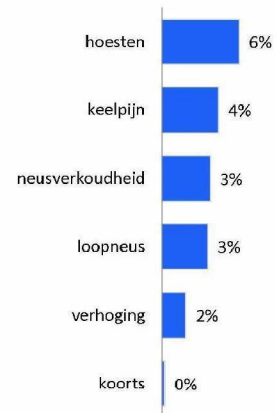
Mensen met milde klachten



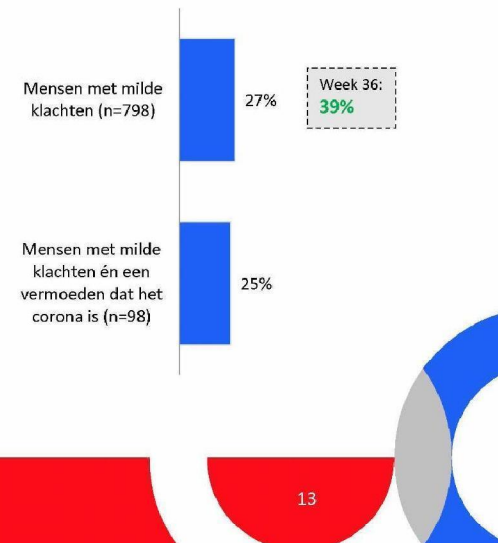
Vermoeden dat klachten met corona te maken hebben (n=72)



Type klachten



Thuisblijven bij klachten sinds de eerste meting (28 mei t/m 6 sep.)

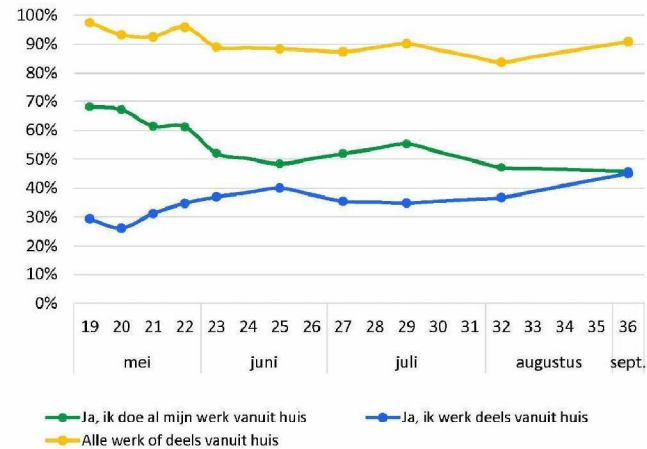
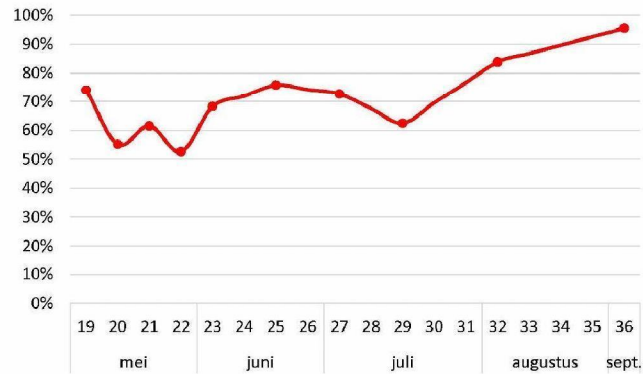


HET AANDEEL MENSEN DAT ZEGT NIET THUIS TE KUNNEN WERKEN IS SINDS HALVERWEGE JULI TOEGENOMEN



Onder de groep mensen die wel thuis kunnen werken, is het aandeel dat deels of volledig vanuit huis werkt gestegen. Dit komt voornamelijk doordat het aandeel *deels* thuiswerken deze maand is toegenomen.

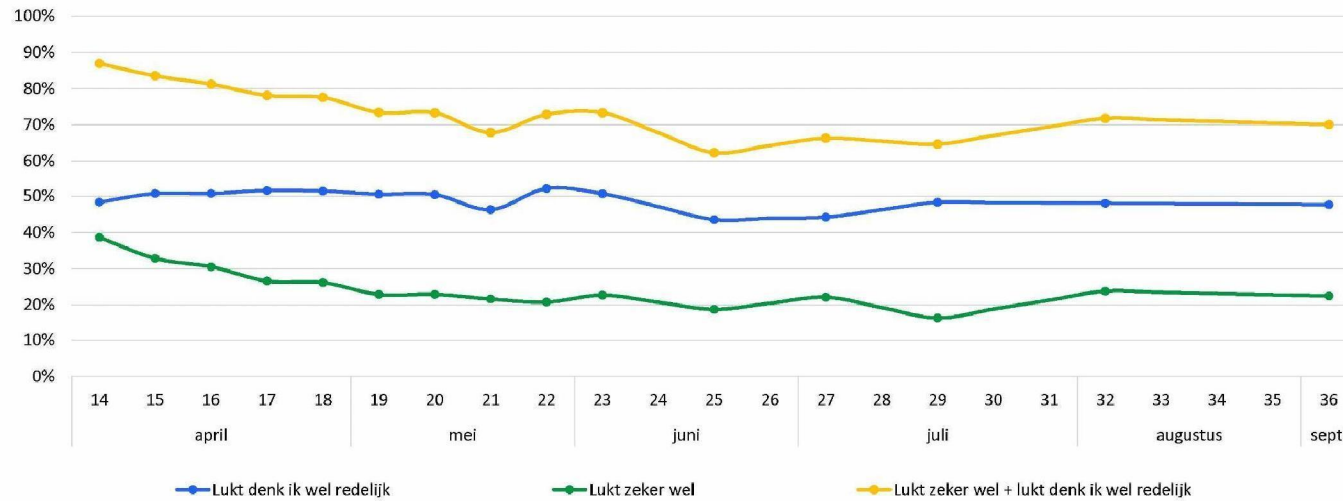
Mensen die aangeven niet thuis te kunnen werken



— Ja, ik doe al mijn werk vanuit huis — Ja, ik werk deels vanuit huis
— Alle werk of deels vanuit huis

HET AANDEEL MENSEN DAT DENKT DE MAATREGELEN VOL TE KUNNEN HOUDEN ZO LANG ALS DAT NODIG IS BLIJFT STABIEL

Zeven op de tien mensen denken de maatregelen vol te kunnen houden zo lang dat nodig is. Het grootste deel hiervan denkt het redelijk vol te kunnen houden.



DE MEEST GENOEMDE REDENEN OM DE MAATREGELN NA TE LEVEN ZIJN DAT MEN NIET ZIEK WIL WORDEN OF NIET WIL DAT ANDERE MENSEN ZIEK WORDEN

Het virus minder snel willen verspreiden, de angst voor een tweede golf en om te voorkomen dat de versoepelingen worden teruggedraaid worden deze maand minder vaak benoemd als redenen om de maatregelen na te leven. De genoemde redenen om de maatregelen niet na te leven zijn stabiel gebleven.

Redenen om de maatregelen na te leven



Redenen om de maatregelen niet na te leven

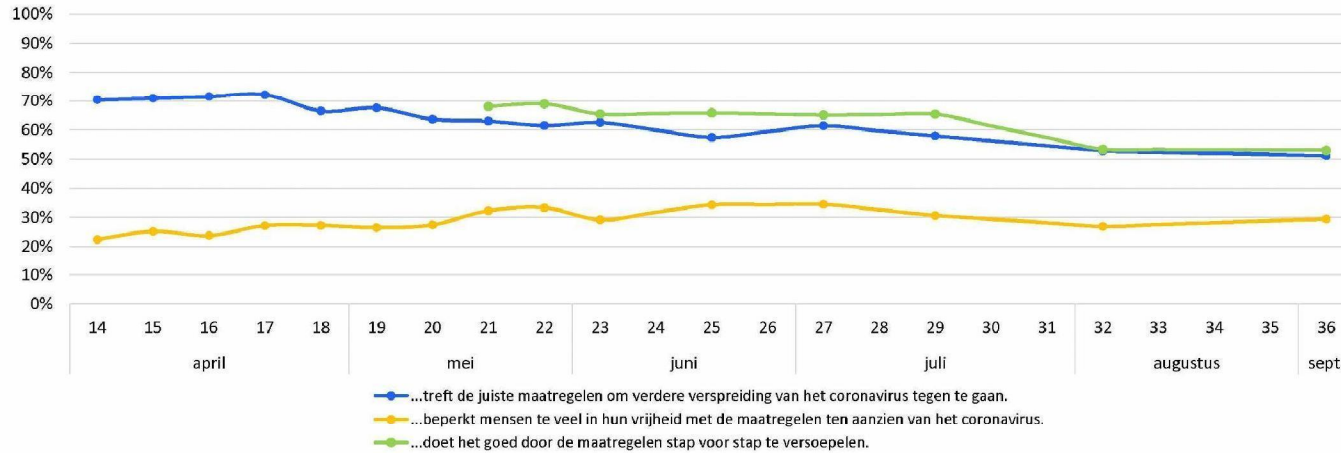


■ ■ Afname / toename (significant onder 95% betrouwbaarheidsniveau)

DE MATE WAARIN MENSEN ACHTER HET BELEID VAN DE RIJKSOVERHEID STAAN OM HET CORONAVIRUS TE BESTRIJDEN IS GESTABILISEERD

Vorige maand stonden minder mensen achter de aanpak van de Rijksoverheid, deze cijfers zijn afgelopen maand gestabiliseerd. Een kleine meerderheid van de mensen vindt dat de Rijksoverheid de juiste maatregelen treft om verdere verspreiding van het coronavirus tegen te gaan en het goed doet door de maatregelen stap voor stap te versoepelen.

Draagvlak voor het beleid – De Rijksoverheid... % (helemaal) eens



CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



Achtergrond en doelstellingen

Effecten hoofdcampagne

> **Effecten deelcampagne testen**

Communicatieve werking

Web- en social statistieken

Aanvullende indicatoren en

overige inzichten

CAMPAGNE DOELSTELLINGEN

DEELCAMPAGNE 'TESTEN'



VINDEN

1. Men vindt het belangrijk om zich te laten testen op een coronavirusbesmetting om anderen te beschermen en verspreiding van het virus te voorkomen.
2. Men is ervan overtuigd dat testen bij klachten en Bron- en Contactonderzoek de weg zijn om weer een stapje vooruit te kunnen zetten.



DOEN

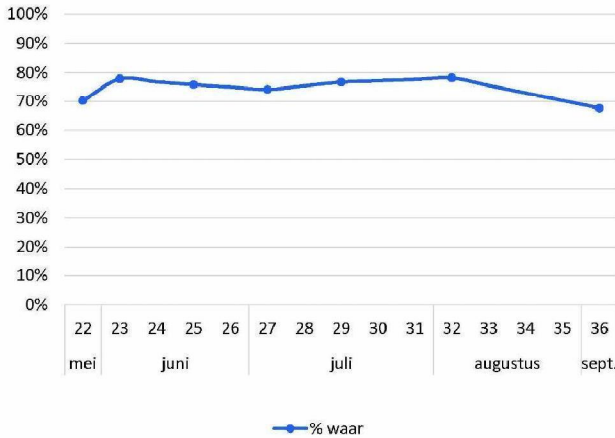
1. Men laat zich bij 'lichte klachten' testen bij een GGD teststraat in de buurt.*

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

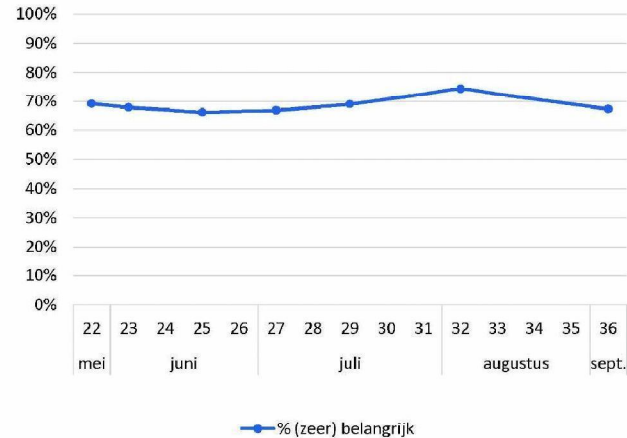
TEN OPZICHTE VAN VORIGE MAAND VINDEN MINDER MENSEN HET BELANGRIJK DAT JE JE BIJ MILDE KLACHTEN LAAT TESTEN

Ongeveer zeven op de tien mensen vinden het (zeer) belangrijk om je bij milde klachten te laten testen. Op de stelling dat iedereen met milde klachten zich vanaf 1 juni kan laten testen zien we een daling. Dit zou kunnen komen door de berichtgeving in de media over beperkte testcapaciteit.

Stelling: vanaf 1 juni kan iedereen met milde klachten zich laten testen.



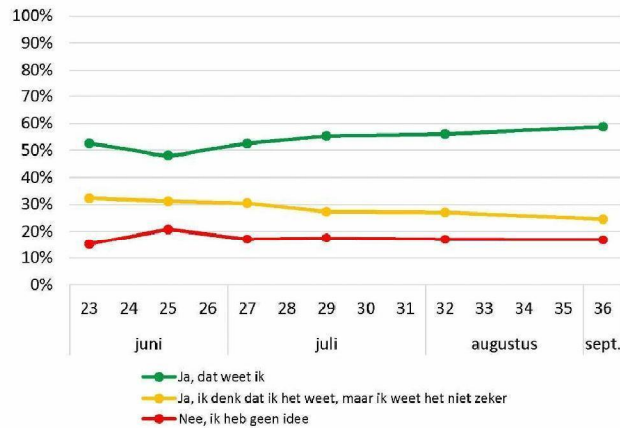
Belang van testen als je milde klachten hebt of zou hebben



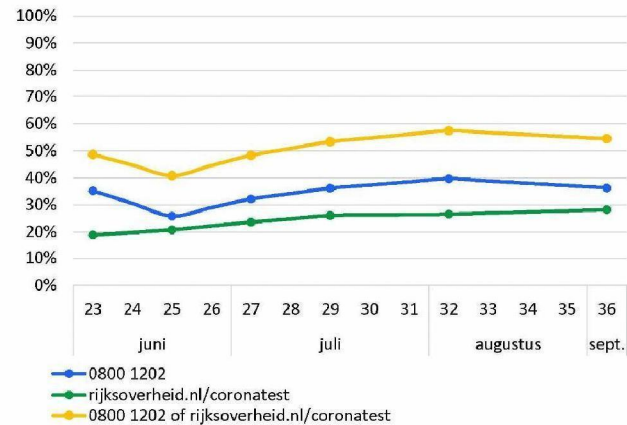
HET AANDEEL MENSEN DAT BEKEND IS MET HET LANDELIJK NUMMER VOOR EEN TESTAFSPRAAK OF DE WEBPAGINA VAN DE RIJKSOVERHEID STABILISEERT

De bekendheid lijkt te stabiliseren rond een kleine meerderheid van de mensen dat met ten minste één van de manieren voor het maken van een testafpraak bekend is. Vier op de tien mensen kennen het landelijk telefoonnummer en drie op de tien mensen zijn bekend met rijksoverheid.nl/coronatest.

Weet je waar je terecht kunt als je een afspraak wilt maken om je te laten testen?



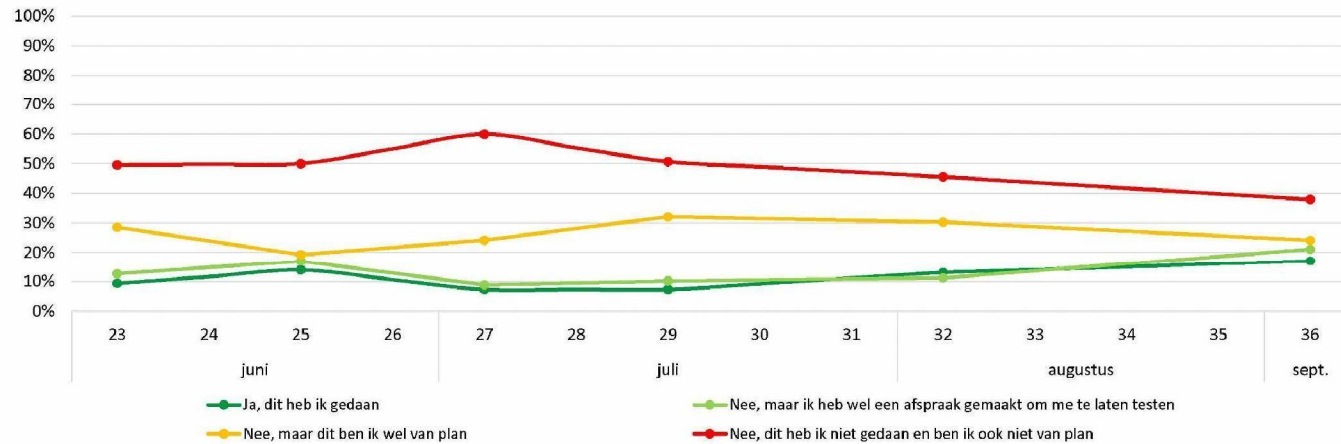
Waar kun je terecht?



MENSEN MET (MILDE) KLACHTEN LATEN ZICH SINDS HALVERWEGE JULI VAKER TESTEN

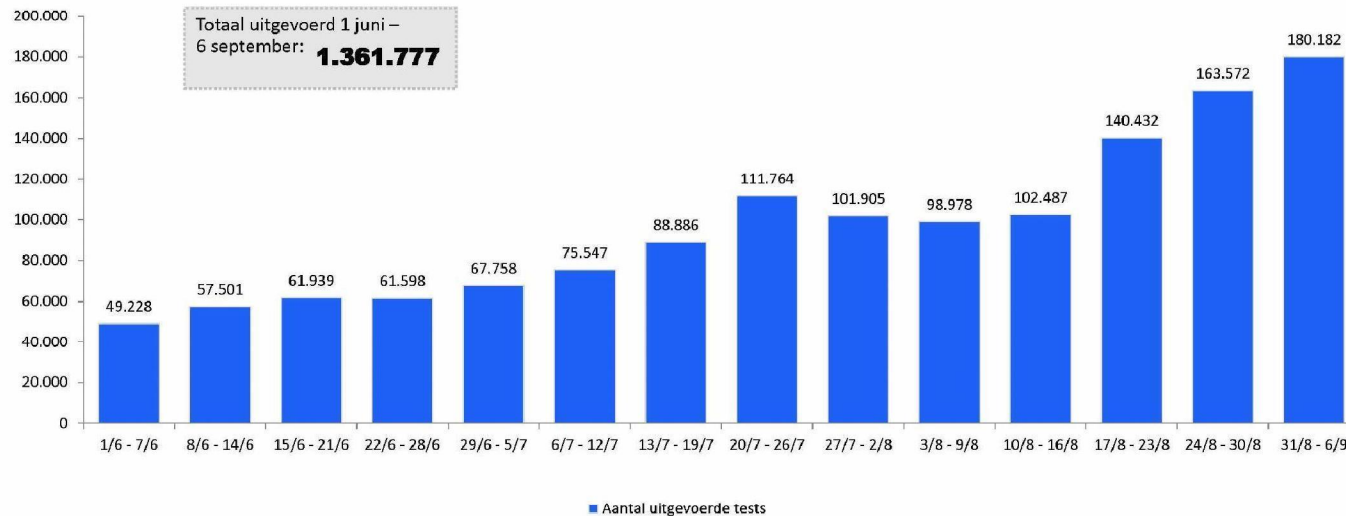
Vier op de tien mensen met (milde) klachten hebben zich deze maand laten testen of een afspraak gemaakt om zich te laten testen.

Heb je je laten testen?



SINDS HALVERWEGE AUGUSTUS STIJGT HET WEKELIJKSE AANTAL TESTEN DAT BIJ EEN GGD TESTSTRAAT WORDT AFGENOMEN

In de meest recente week zijn de meeste testen sinds juni afgenomen, namelijk ruim honderdtachtigduizend.

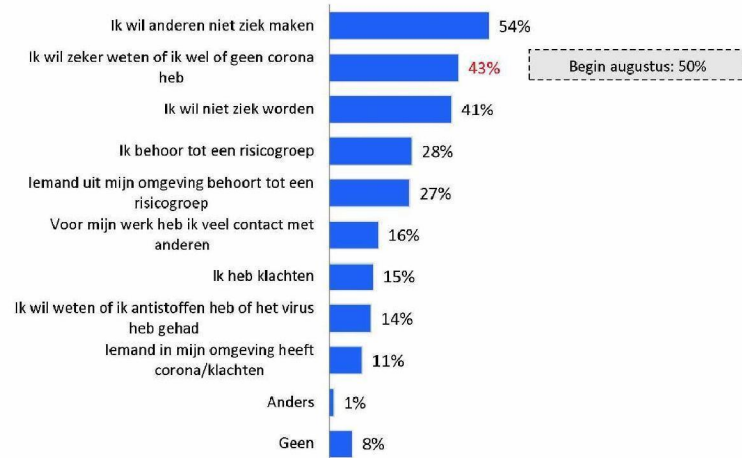


Bron: RIVM. Deze cijfers gaan over de door de GGD'en geteste personen. Daarnaast worden door anderen (o.a. huisartsen en ziekenhuizen) ook testen uitgevoerd.

DE MEESTE MENSEN ZOUDEN ZICH LATEN TESTEN OM ANDEREN NIET ZIEK TE MAKEN

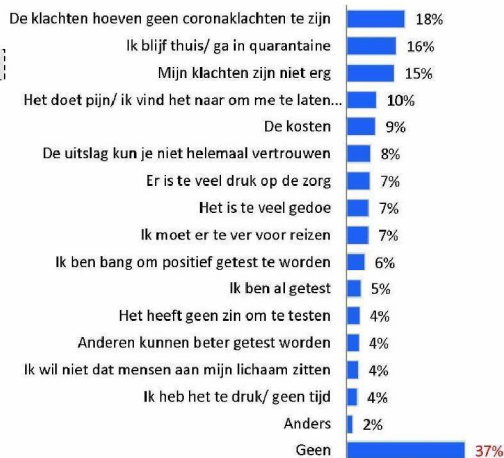
Een andere veel genoemde reden om te testen is dat men zeker wil weten of zij wel of geen corona hebben. Deze reden wordt echter afgelopen maand minder genoemd. De twee meest genoemde redenen om niet te testen zijn dat de klachten volgens mensen geen coronaklachten hoeven te zijn en dat zij zelf in quarantaine gaan. Minder mensen geven aan dat zij géén reden hebben om zich niet te laten testen.

Redenen om te testen



■ ■ Afname / toename (significant onder 95% betrouwbaarheidsniveau)

Redenen om niet te testen

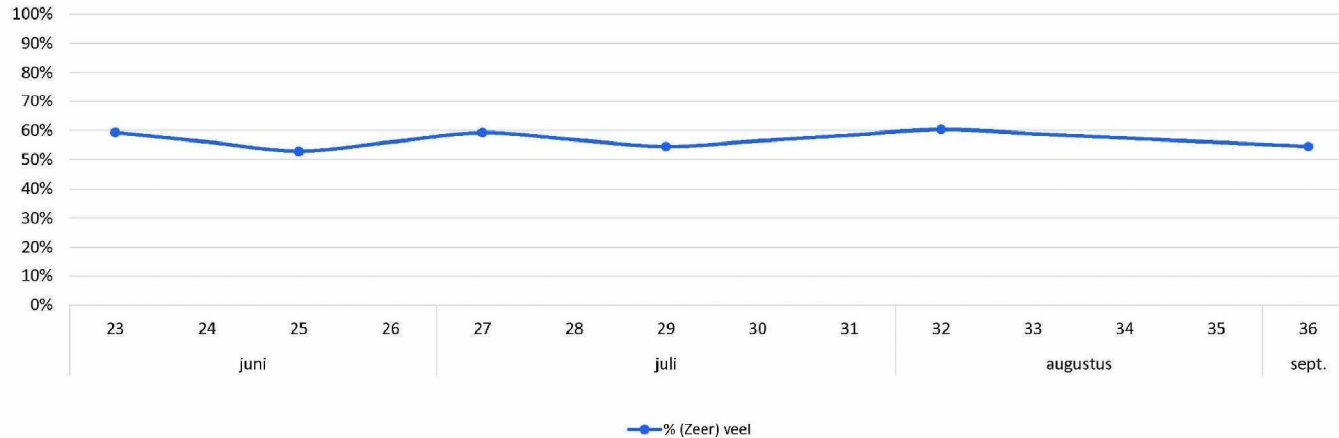


Begin augustus: 45%

HET AANDEEL MENSEN DAT DENKT DAT BRON- EN CONTACTONDERZOEK HELPT IS AFGELOPEN MAAND AFGENOMEN

Een kleine minderheid van de mensen denkt dat het (zeer) veel helpt om bij klachten bron- en contactonderzoek te doen.

In hoeverre helpen testen bij klachten en bron- en contactonderzoek volgens jou?



CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN




- Achtergrond en doelstellingen
- Effecten hoofdcampagne
- Effecten deelcampagne testen
- > **Communicatieve werking**
- Web- en social statistieken
- Aanvullende indicatoren en overige inzichten

HERKENNING – ALGEMEEN PUBLIEK, 12+

TOTAAL & MEDIUMNIVEAU

	HERKENNING	GEMIDDELDE RO
CAMPAGNE	91%	78%
MEDIUM	HERKENNING	GEMIDDELDE RO*
TV 'BLIJF THUIS & LAAT JE TESTEN'	82%	67%
TV 'KLAAR MEE'	82%	68%
RADIO 'CORONATEST'	75%	53%
RADIO 'KLAAR MEE'	76%	53%

CONCLUSIE: De campagne wordt in zijn geheel bovengemiddeld goed herkend voor een Rijksoverheidscampagne met tv-inzet. Alle TV- en radiospots worden door ongeveer acht op de tien mensen herkend en worden allen beter herkend dan mag worden verwacht op basis van de inzet.

 onder / gelijk / boven benchmark

* De benchmarks zijn specifiek voor het mediumtype. Voor TV en radio is deze gebaseerd op het mediumbereik.

WAARDERING EN BOODSCHAPOVERDRACHT – ALGEMEEN PUBLIEK, 12+

WAARDERING		
WAARDERING CAMPAGNE EN UITINGEN	ALGEMEEN PUBLIEK 12+	GEMIDDELDE RO*
CAMPAGNE	7.5	7.7
TV 'BLIJF THUIS & LAAT JE TESTEN'	7.7	7.7
TV 'KLAAR MEE'	7.6	7.7
RADIO 'CORONATEST'	7.4	7.5
RADIO 'KLAAR MEE'	7.4	7.5
CREATIEVE ASPECTEN CAMPAGNE	ALGEMEEN PUBLIEK 12+	GEMIDDELDE RO*
DUIDELIJK (1-5)	4.3	4.2
GELOOFWAARDIG (1-5)	4.0	4.2
GEEFT NIEUWE INFORMATIE (1-5)	3.2	3.7
OPVALLEND (1-5)	3.7	3.8
LEUK (1-5)	3.1	3.5
NIET IRRITANT (1-5)	3.8	3.9

onder / gelijk / boven benchmark

* Gemiddelde van Rijksoverheidscampagnes met de inzet van tv.

BOODSCHAPOVERDRACHT		
GEHOLPEN BOODSCHAPOVERDRACHT	ALGEMEEN PUBLIEK 12+	GEMIDDELDE RO*
(DEELS) GELUKT		
Je 1,5 meter afstand moet houden	97%	95%
Je drukte moet vermijden	97%	95%
Je bij klachten moet thuisblijven	97%	95%
Als we ons samen aan de maatregelen houden, er steeds meer mogelijk wordt	97%	95%
We alleen samen corona onder controle krijgen	97%	95%
Je je moet laten testen als je klachten hebt	95%	95%

CONCLUSIE: De campagne wordt onder gemiddeld gewaardeerd voor een Rijksoverheidscampagne met TV-inzet. De tv- en radiospots scoren op waardering op benchmark. Op de creatieve aspecten geloofwaardig, geeft nieuwe informatie, opvallend en leuk scoort de campagne onder het gemiddelde. De campagne wordt als duidelijk ervaren. Dat de campagne niet als 'leuk' wordt gezien heeft waarschijnlijk met de thematiek van de campagne te maken. Een overgrote meerderheid van de mensen is het er mee eens dat de campagne erin slaagt de belangrijkste boodschappen over te brengen.

CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



Achtergrond en doelstellingen

Effecten hoofdcampagne

Effecten deelcampagne testen

Communicatieve werking

> Web- en social statistieken

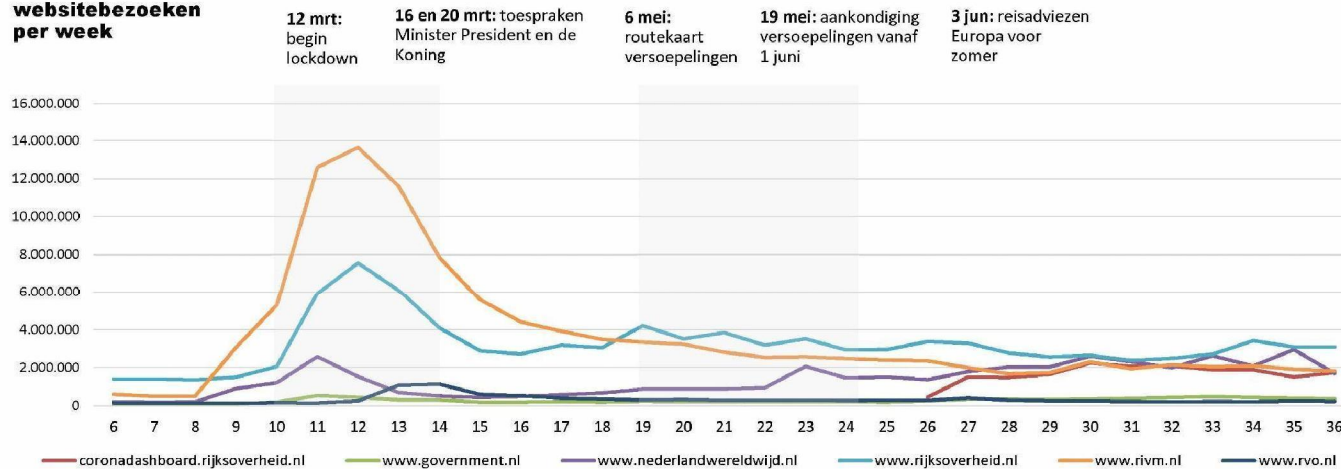
Aanvullende indicatoren en

overige inzichten

HET BEZOEK AAN RIJKSOVERHEID.NL EN RIVM.NL IS REDELIJK STABIEL IN DE LAATSTE MAANDEN

Het aantal websitebezoeken aan Nederlandwereldwijd, RIVM en het coronadashboard liggen steeds dichterbij elkaar. Deze websites zijn allen ongeveer twee miljoen keer per week bezocht. Het aantal bezoeken aan het coronadashboard lijkt te stabiliseren. Nederlandwereldwijd laat in week 33 en 35 een stijging in bezoeken zien. Dit is waarschijnlijk veroorzaakt door reisadviezen die werden aangekondigd of gewijzigd.

Aantal websitebezoeken per week

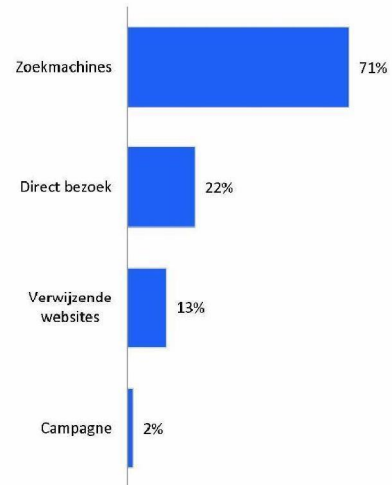


Bron: Piwik

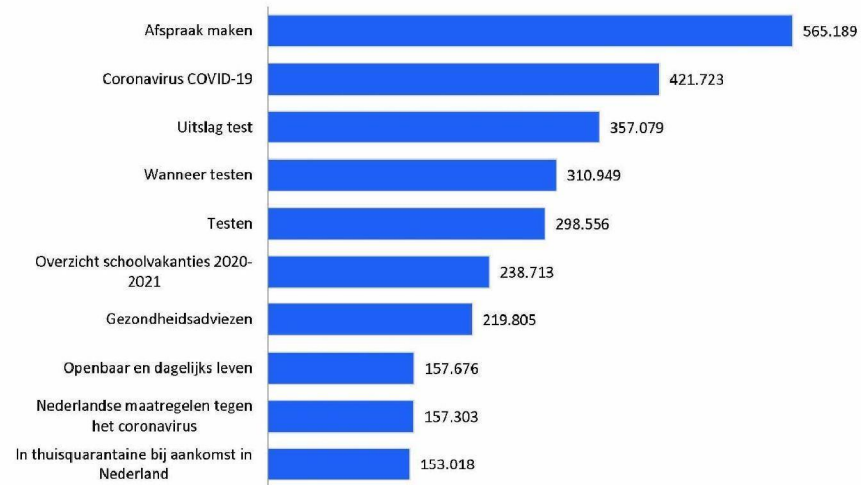
PAGINA'S OVER HET CORONAVIRUS BLIJVEN VERUIT DE MEEST BEZOCHTE PAGINA'S OP RIJKSOVERHEID.NL

Ongeveer zeven op de tien bezoekers van de website van de Rijksoverheid zijn afkomstig van zoekmachines. Met name de informatiepagina's over het testen, de maatregelen tegen het coronavirus, reizen, gezondheidsadviezen en de schoolvakanties worden bezocht.

Herkomst bezoek rijksoverheid.nl



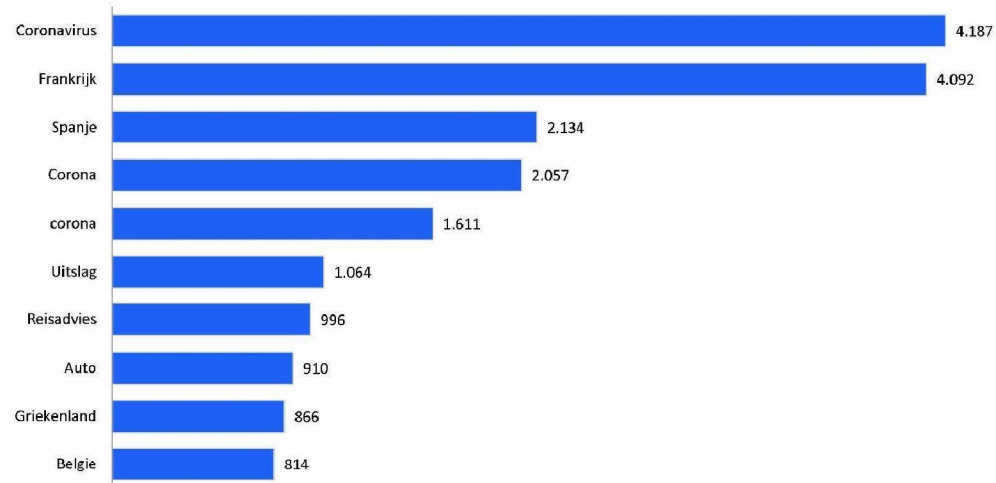
Meest bezochte pagina's rijksoverheid.nl



'CORONAVIRUS' IS IN DE AFGELOPEN WEKEN VERREWEG DE MEEST GEBRUIKTE ZOEKOPDRACHT OP DE WEBSITE VAN DE RIJKSOVERHEID

Naast zoektermen die met Corona en testen te maken hebben, is te zien dat mensen nog steeds met vakanties en reisadviezen bezig zijn voor verschillende landen, met name voor Frankrijk, Spanje, Griekenland en België.

Interne zoekopdrachten rijksoverheid.nl



EEN GROOT DEEL VAN DE SOCIALMEDIAGEBRUIKERS IS BEREIKT MET DE RIJKSBREDE ORGANISCHE #ALLEENSAMEN SOCIALMEDIABERICHTEN

Via de social media kanalen van de Rijksoverheid zijn de belangrijkste maatregelen voor en na de persconferentie van 2 september gedeeld. Met deze posts wordt een aanzienlijk deel van de Nederlandse social media gebruikers organisch bereikt. Over het geheel gezien is het sentiment van de reacties negatiever dan aan het begin van de coronaperiode. Ook heeft de laatste persconferentie minder bereik opgeleverd dan voorgaande persmomenten.

Bereik social media posts* per kanaal: aantal uniek bereikte accounts

	 Live uitzending Persconferentie 2 september	 Routekaart na persconferentie 2 september	 Visuals Instagram na persconferentie 3 september	 Persconferentie in eenvoudige taal 3 september
	60.000	394.600	-	112.600
	4.000	84.200	-	12.700
	8.300	-	13.300	-

*Data van de #alleensamen socialmediaberichten die Rijksbreed geplaatst zijn in de eerste week van september 2020. Deze berichten zijn organisch geplaatst, dus zonder advertentiekosten.

CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



Achtergrond en doelstellingen

Effecten hoofdcampagne

Effecten deelcampagne testen

Communicatieve werking

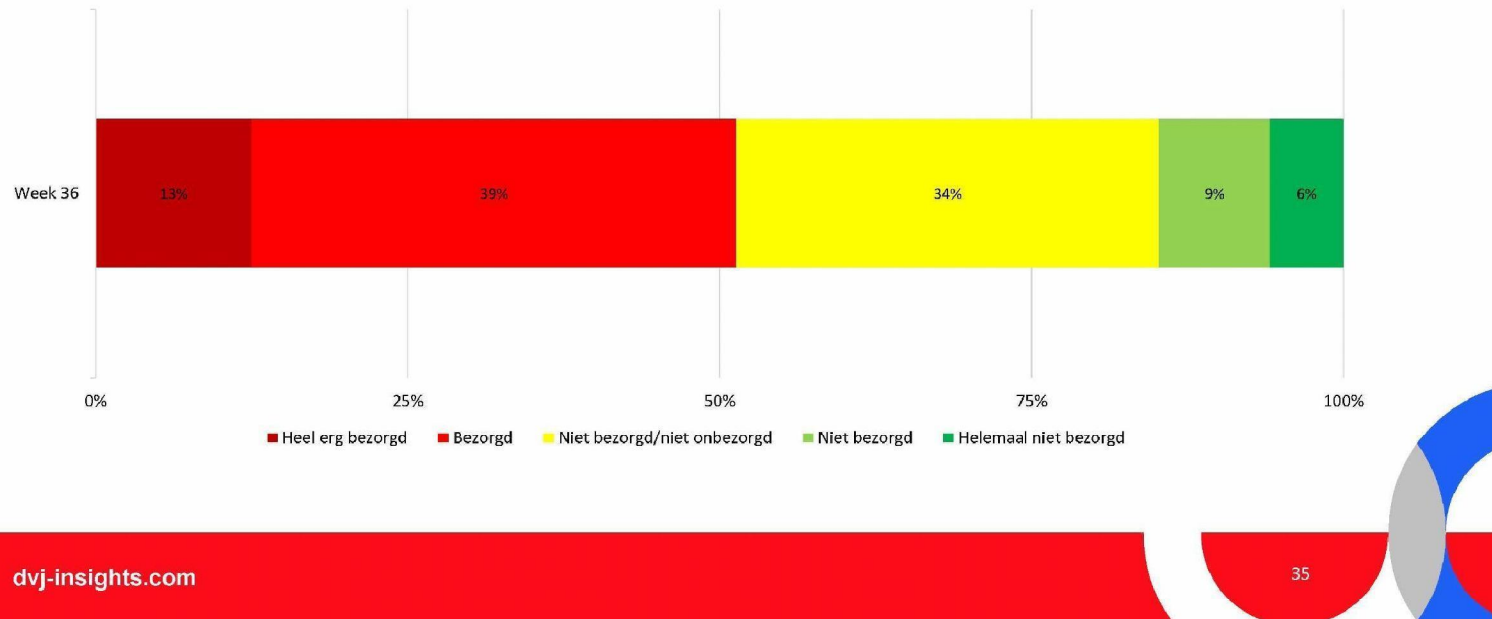
Web- en social statistieken

> **Aanvullende indicatoren en
overige inzichten**

RUIM DE HELFT VAN DE MENSEN MAAKT ZICH ZORGEN OVER HET CORONAVIRUS

Eén op de drie mensen geeft aan niet bezorgd, maar ook niet onbezorgd te zijn. Ongeveer één op de zeven mensen maakt zich geen zorgen over het coronavirus. Dit is stabiel gebleven ten opzichte van vorige maand.

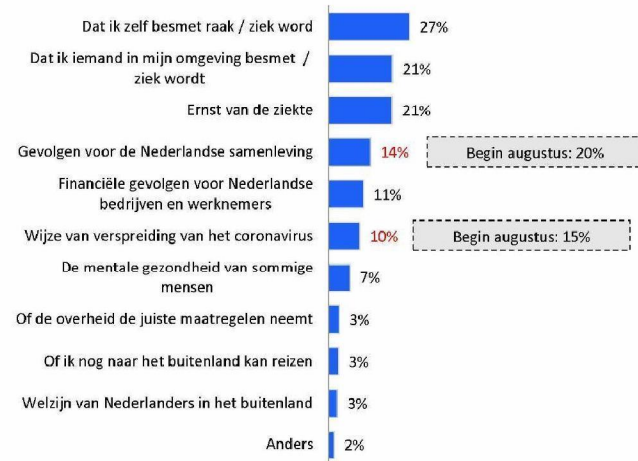
Maak je je zorgen over COVID-19, het nieuwe coronavirus?



WANNEER MEN ZICH ZORGEN MAAKT, GAAT DAT VOORAL OVER DE GEZONDHEID EN DE ERNST VAN DE ZIEKTE

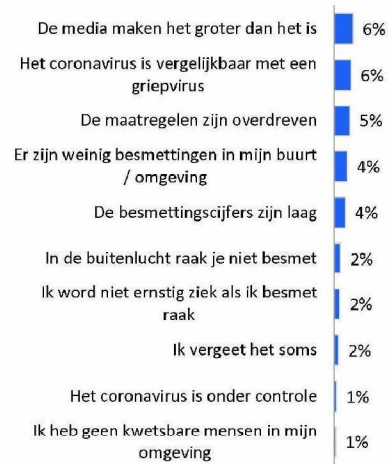
Ongeveer een kwart van de mensen is bang om zelf besmet te raken of ziek te worden en één op de vijf mensen is bang om iemand in de omgeving ziek te maken of te besmetten. De zorgen om de gevolgen voor de Nederlandse samenleving en wijze van verspreiding van het coronavirus zijn afgenomen.

Redenen voor zorgen



■ ■ *Afname / toename (significant onder 95% betrouwbaarheidsniveau)*

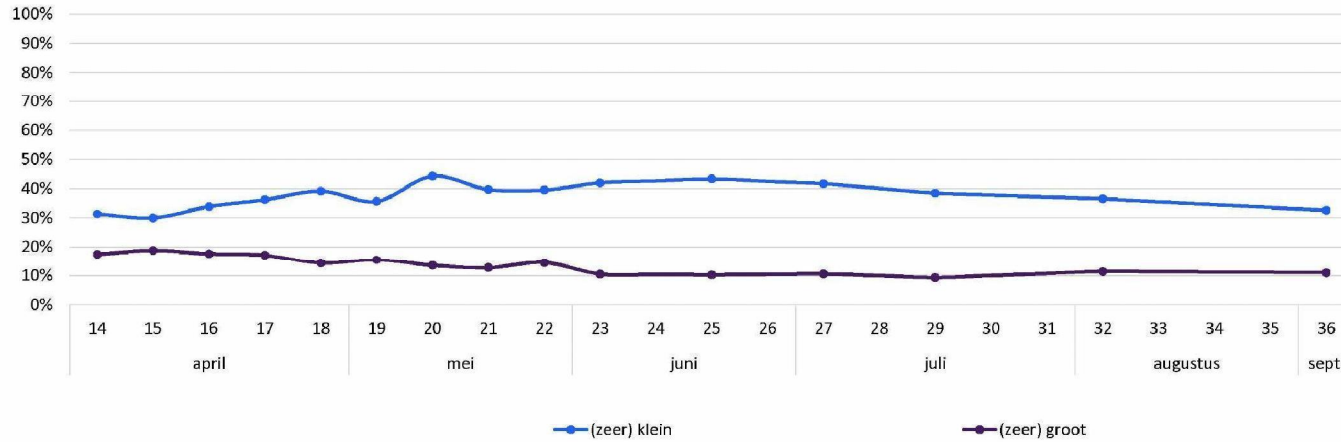
Redenen voor geen zorgen



DE PERCEPTIE VAN MENSEN DAT DE KANS (ZEER) KLEIN IS OM MET HET CORONAVIRUS BESMET TE RAKEN DAALT SINDS JULI

Een derde van de mensen schat de kans (zeer) klein om besmet te raken en één op de tien mensen schat deze kans (zeer) groot in.

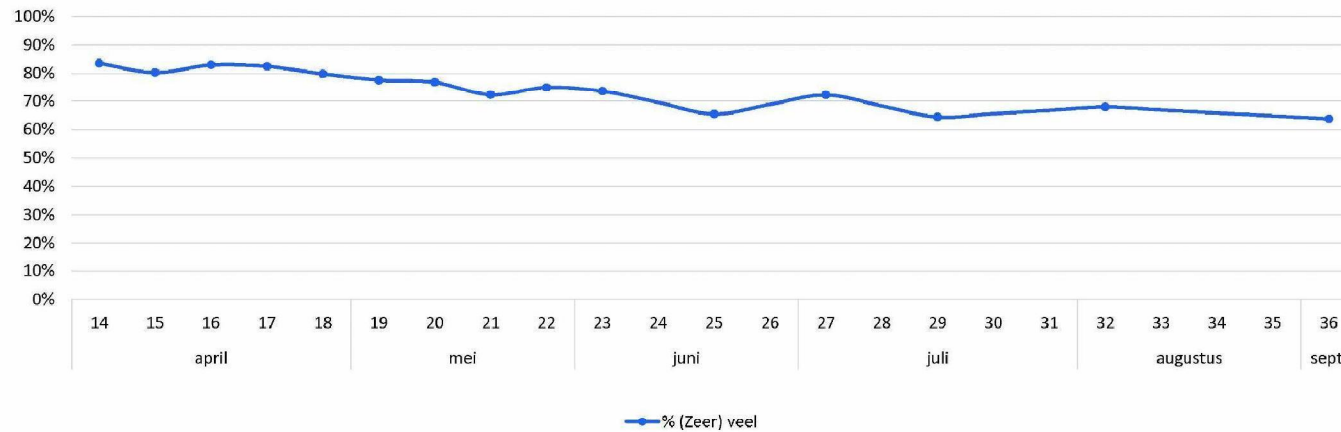
Ingeschatte kans om besmet te raken



HET AANDEEL MENSEN DAT DENKT DAT DE MAATREGELLEN HELPEN BIJ HET AFREMME VAN DE VERSPREIDING VAN HET CORONAVIRUS IS STABIEL

Sinds halverwege juli denken twee op de drie mensen dat de maatregelen helpen bij het afremmen van de verspreiding van het coronavirus.

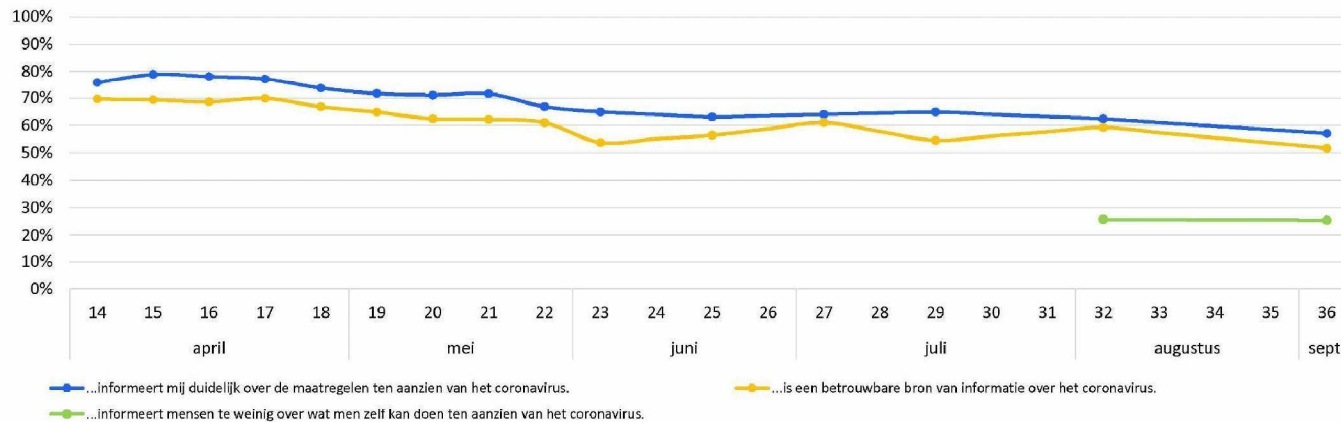
In hoeverre helpen de ingestelde maatregelen volgens jou bij het afremmen van de verspreiding van het coronavirus?



DE PERCEPTIE DAT DE RIJKSOVERHEID DUIDELIJK INFORMEERT OVER DE MAATREGELEN NEEMT SINDS HALVERWEGE JULI AF

De perceptie van de Rijksoverheid als betrouwbare bron is de laatste maand ook afgenomen. Ongeveer de helft van de mensen is van mening dat de Rijksoverheid een betrouwbare bron van informatie is. Een kwart van de mensen vindt dat de Rijksoverheid mensen te weinig informeert over wat zij zelf kunnen doen ten aanzien van het coronavirus.

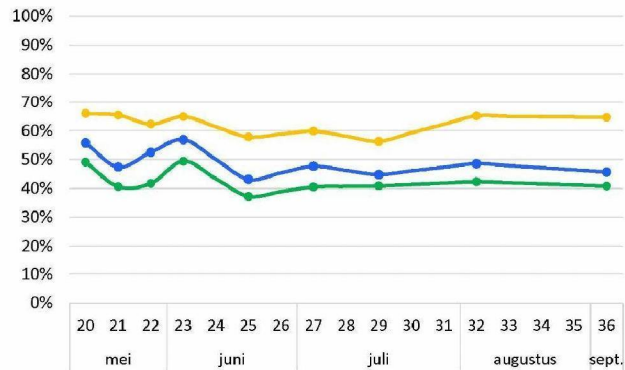
% (helemaal) eens – De Rijksoverheid...



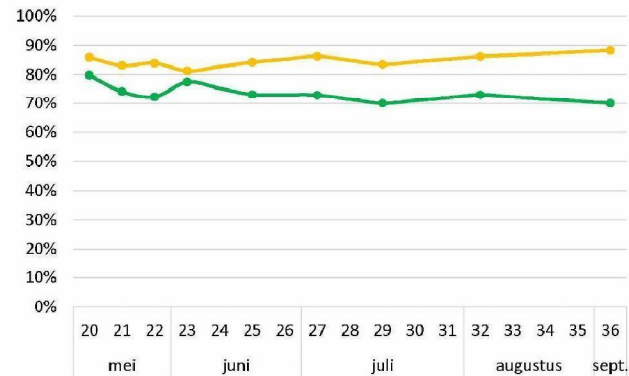
HET LUKT SINDS HALVERWEGE JULI MEER MENSEN OM AFSTAND TE HOUDEN IN HET PARK OF IN DE NATUUR

Het aandeel mensen dat aangeeft dat het meestal of altijd lukt om in het park of in de natuur anderhalve meter afstand te houden neemt sinds halverwege juli toe van acht naar bijna negen op de tien mensen. In de supermarkt lukt het het minst vaak om voldoende afstand te houden.

In hoeverre lukt het je om 1,5 meter afstand te houden? - % Lukt meestal of altijd*



— In de supermarkt
— Als ik op bezoek ga of bezoek ontvang
— In winkels (anders dan de supermarkt)



— Op straat
— In het park of in de natuur

*Alleen indien de situatie voor men van toepassing is.



[dvj-insights.com](https://www.dvj-insights.com)