

Communicatiestrategie

Bouwstenen voor communicatie december 2020 - maart 2021

Inleiding

Om te komen tot een geïntegreerde communicatieaanpak voor het eerste kwartaal van 2021 is het de uitdaging om de verschillende inspanning in lijn met elkaar te gaan brengen. Dit stuk zet een drietal inhoudelijke lijnen uiteen die richting geven aan de communicatie rondom het coronavirus, de ouderenzorg en zorg voor een gezonde toekomst op een manier die aansluit bij het profiel van de Minister en verder richting kan gaan geven aan de invulling van de communicatiekalender voor de komende maanden op het gebied van woordvoering, mediaoptredens en social media.

In een volgende stap zullen de bouwstenen uit dit stuk verder geconcretiseerd en geïntegreerd worden om te komen tot een coherent verhaal dat overtuigend en herkenbaar is.

Onderdelen

1. Strategische communicatielijnen
2. Woordvoering en mediaoptredens
3. Social media inzet

Bijlage 1: Mediaprofiel

1. Strategische communicatielijnen

Deze minister is gedreven om in de praktijk dingen tot stand te brengen. Niet enkel een papieren realiteit creëren met regels en wetten, maar meetbaar en merkbaar verschil maken in het dagelijks leven van mensen. Dat heeft hij afgelopen vier jaar zo aangepakt op het gebied van ouderenzorg, en dat doet hij nu nog steeds met het bevechten van het coronavirus: mouwen opstropen, samenwerken, leren van tegenslag, doorpakken en vertrouwen houden in de toekomst en in elkaar. Want deze minister weet dat verschil maken alleen lukt door samen te werken met diegenen die uiteindelijk ook het verschil kunnen maken.

Deze eigen(wijze) visie en handelwijze brengen we naar voren in drie communicatielijnen:

lijn 1: Samen krijgen we Corona onder controle.

lijn 2: Samen werken aan goede ouderenzorg, nu en in de toekomst

lijn 3: Zorg voor een gezonde toekomst

Communicatielijn 1: Samen krijgen we corona onder controle.

Deze minister weet dat we *alleen samen* het virus eronder krijgen en houden. Maar deze minister weet ook dat we dit samen kunnen en zullen doen. Er is vertrouwen en optimisme, zelfs op de moeilijke momenten. In die samenwerking staan daarom een aantal waarden centraal:

- Daadkracht: de gestelde doelen niet uit het oog verliezen; een voorwaarde om het virus te bestrijden.
- Betrokkenheid: oog houden voor de menselijke maat en de kwetsbare mens.
- Toegankelijkheid: er zijn alle Nederlanders en voor de professionals in het veld.

Deze waarden komen naar voren in de concrete boodschappen en acties van deze minister:

- **Daadkrachtig:** We hebben tijdens de eerste en de tweede golf alles op alles gezet om de crisis te bestrijden, vanaf het eerste begin en vanaf het tweede begin. Niet alles ging meteen goed, soms liepen we teveel achter de feiten aan. Maar we hebben nooit stil gezeten en we boeken nog steeds resultaten waar we trots op mogen zijn:
 - Er zijn ruim voldoende mogelijkheden tot (verschillende vormen van) testen
 - De GGD is weer aan de slag met bron- en contactonderzoek
 - Er zijn voldoende hulp en beschermingsmiddelen
 - Er zijn voldoende IC-bedden
 - Corona app ontwikkeling en ontwerp
 - Dashboard, maakt virus zichtbaar en aanpak inzichtelijk
- De inzet is om het virus weer de baas te worden en de baas te blijven. Daarvoor zijn alle inwoners van Nederland verantwoordelijk, maar er ligt ook een grote verantwoordelijkheid bij de minister en het kabinet. Daarvoor is veel gedaan, en dat houden we vol:
 - De basismaatregelen
 - De routekaart
 - Het dashboard
 - Testen en traceren
 - Introductie van het vaccin.
 - Oog houden voor de kwetsbaren in de samenleving en de mensen in de zorg.
- **Betrokken:** Corona vraagt veel van ons allemaal, ons sociale leven, ons werk, het gezin, in quarantaine moeten of een schooldag die uitvalt. En natuurlijk vraagt het nog het meeste van de mensen die werken in de zorg, of het nu het verpleeghuis of ziekenhuis betreft, de verpleger of de schoonmaker. Daarom nemen we maatregelen die we samen het beste kunnen dragen en die afgestemd zijn op de noodzaak ervan:
 - We doen dit ter bescherming van de zorg (extra hart onder de riem verpleeghuizen in december)

- Bescherming de kwetsbaren in ons land (aanvullende adviezen ouderen, overleg met gemeenten nav motie Asscher, informatiewebsites speciaal voor kwetsbare groepen (Nji, Vilans)
 - We willen de zorg zoveel mogelijk open houden voor de reguliere zorg
 - We hebben oog voor/besteden aandacht aan persoonlijke gezondheid
 - Zorgbonus
 - Aandacht voor elkaar
 - Idee: luistersessie moeilijk bereikbare doelgroepen
- Toegankelijkheid van informatie: We moeten iedereen zoveel mogelijk meenemen en helpen om samen uit de crisis te komen en mogen niemand achter laten. Daarom hebben we vanaf het begin ingezet op heldere en toegankelijke informatie voor uiteenlopende doelgroepen, al is gebleken dat we nooit alles in 1 keer voor iedereen volstrekt duidelijk kunnen uitleggen, daarvoor is deze crisis en te veelkoppig monster gebleken. Maar we hebben de noodzaak van toegankelijkheid nooit uit het oog verloren en werken daar nog steeds elke dag aan:
 - Routekaart, straks ook in eenvoudige taal
 - Dashboard, straks nog betere uitleg, infographics en animaties
 - Coronamelder, zelf regie hebben, ook geschikt voor mensen met beperking
 - Tolk en audiotranscriptie persco's
 - Meertalige communicatie
 - Steffi uitleg van maatregelen
 - Facebook vragenuurtje

Communicatielijijn 2: Samen werken aan goede ouderenzorg, nu en in de toekomst

Met de actieprogramma's op ouderenzorg heeft de minister gekozen voor een praktijkgerichte aanpak; misschien wel zijn handelsmerk: Daadkracht, aanpakken, samen doen, maar wel gestructureerd vanuit een urgente visie en een doordacht plan. Nu het tijd is om de balans op te maken en het coronavirus ervoor heeft gezorgd dat de resultaten van de afzonderlijke programma's soms niet eenduidig en duidelijk te formuleren zijn, is het zaak deze in een breder perspectief te plaatsen zodat weldegelijk de optelsom gemaakt kan worden.

Uitgangspunt: Ouderenvisie/dialogonota als kapstok voor programmaresultaten

De bouwstenen voor dit grotere verhaal liggen in de Ouderenvisie/dialogonota. Want vanuit dit perspectief is weldegelijk de optelsom van de programma's te maken. De inzet op en resultaten van de ouderenprogramma's kunnen meer geïntegreerd over het voetlicht worden gebracht en daarmee minder geïsoleerd en met minder afbreukrisico. Het zijn daarmee bouwstenen voor de toekomst (een begin) in plaats van als afsluiting van de kabinetsperiode (een einde), waarbij meetbare en merkbare resultaten natuurlijk nog steeds de bewijsvoering zijn. We laten het mes op deze manier aan twee kanten snijden: optelsom van resultaten op de programma's en tevens een groter verhaal gericht op de toekomst.

De kapstok om de ontwikkelingen en resultaten van de programma's te belichten zijn de drie kernvragen uit de ouderenvisie:

- Hoe word ik oud?
 - Langer thuis: autonomie behouden door goede voorbereidingen (oa campagne 'wow', netwerk Vitaler oud)
 - Thuis in het Verpleeghuis: liefdevolle zorg en aandacht (verhalen uit het veld)
 - Eén tegen eenzaamheid: verbonden blijven en taboe doorbreken om over eenzaamheidsgevoelens te praten (publiekscampagne is gericht op bespreekbaar maken van eenzaamheid en activatie. Resultaten in januari/februari bekend)
- Wie zorgt er voor mij?

- Thuis in het Verpleeghuis: meer gemotiveerd personeel (cijfers toename personeel, tevredenheidscijfers zijn gestegen)
 - Langer Thuis: meer samenwerken in de wijk (Kaart NL met overzicht samenwerkingen), Juiste zorg op de juiste plek.
 - Langer Thuis: goede, gelukkige mantelzorg (programma 'Mantelzorg-thuis'), campagne 'Deel je zorg', Pilots Logeerszorg)
 - Eén tegen eenzaamheid: ouderen goed in beeld door landelijke en lokale coalities tegen eenzaamheid (nieuwe cijfers aangesloten gemeenten en Nationale Coalitie partners, 2,5 miljoen voor (door)ontwikkeling effectieve interventies + ontwikkelen maatschappelijke beweging tegen eenzaamheid)
- Waar woon ik?
 - Langer Thuis: meer inzicht in woonbehoefte (onderzoek) en meer ervaring binnen de gemeente (Lang zult u wonen), vernieuwing (project virtuele thuiszorg)
 - Een tegen eenzaamheid: in verbinding met de buurt, vrienden en familie
 - Thuis in het Verpleeghuis: geen huis, maar een thuis (voorbeeld Topaas "wij kunnen toveren")
 - Eén tegen eenzaamheid: in verbinding met de buurt, vrienden en familie. (we hebben verhalen van mensen die zich inzetten tegen eenzaamheid onder ouderen, als buur, ondernemer, organisatie)
 - Eén tegen eenzaamheid: mensen hebben meer oog voor eenzaamheid bij ouderen in hun omgeving (bewustwording, activatie in publiekscampagne?)

Insteek: Minister richt de spotlight op de mensen die het verschil hebben gemaakt

De minister heeft vanuit zijn betrokkenheid altijd in de spotlight gestaan, hij was daadkrachtig, voor de troepen uit, motiveren, inspireren, activeren. Dat blijft ook zo. Maar nu het einde van de kabinetsperiode nadert is het een mooi moment om ook al die mensen, organisaties, initiatieven, professionals en vrijwilligers te erkennen en bedanken voor wat zij afgelopen jaren tot stand hebben gebracht, voor het fundament dat zij hebben neergelegd voor de toekomst.

Letterlijk, door zelf iets minder in beeld en aan het woord te zijn, maar juist stem te geven aan iedereen die samen met hem dingen tot stand heeft gebracht. Zij vormen de beweging die is ingezet, de netwerken waarop verder gebouwd kan worden, ook na deze kabinetsperiode. Op die persoonlijke voorbeelden, verhalen en resultaten richten we de spotlight.

Tenslotte zal de spotlight met grote regelmaat gericht blijven op de minister zelf door aanhoudende strijd tegen het coronavirus en de aankomende verkiezingen; en teveel spotlight is ook niet wenselijk.

Samenvattend betekent dit:

- Vertellen: Drie kernvragen uit de ouderennisie/dialognota als perspectief op de ouderenprogramma's en wat deze betekenen, nu en voor de toekomst.
- Tellen: concrete resultaten uit de programma's in deze bredere context plaatsen waardoor ze gaan optellen en minder geïsoleerd worden beoordeeld.
- Laten vertellen: 'afscheidstoer' waarin Hugo de spotlight richt op de mensen die meegewerkt hebben op de programma's; ouderen zelf, personeel, organisaties, vrijwilligers etc. We geven hen het woord, bijvoorbeeld door de 'Terugblikvlog' terug te halen, maar de telefoon daarbij in handen te geven van de mensen in het veld. Zij blikken terug en vooruit op basis van hun eigen ervaring en wat er merkbaar en meetbaar tot stand is gebracht.

Communicatielijijn 3: Zorg voor een gezonde toekomst

Zowel de communicatie rondom corona-gerelateerde onderwerpen als de onderwerpen rondom ouderenzorg bieden de mogelijkheid om de focuspunten uit de contourennota te benaderen en belichten. Idee is dit in de uitwerking van de communicatie mee te nemen door op relevante plekken en momenten te verwijzen naar het belang van:

- preventie en gezondheid
- samenwerking en regie

- vernieuwing en werkplezier

Het zijn de grote fundamenten voor een gezonde toekomst en deze zijn nauw verweven met de inzet en uitkomst van zowel het coronabeleid, de ouderenprogramma's en het beleid VWS breed. Deze focuspunten willen we daarom enerzijds zoveel mogelijk inbedden in de twee eerste communicatielijnen en anderzijds is goed om op een goed moment en podium te zoeken om de vanuit de contourennota het grotere verhaal te vertellen over het Ministerie van VWS in de gehele breedte, zodat de voorbeelden, ervaringen en resultaten uit het gehele beleid en alle programma's kan worden samengebracht.

2. Woordvoering en mediaoptredens

We gaan de laatste maanden in van het kabinet Rutte III. Een heel ander einde dan we ons ooit voor hadden kunnen stellen in 2017. Corona beheerst ieders leven, dat van jou voorop. De drukte die dat oplevert in het dagelijks werk, maakt dat er eigenlijk nooit tijd is voor een actieve persstrategie. Tegelijkertijd ben je meer in de pers dan ooit en gaat er hoegenaamd geen dag voorbij waarbij je niet het journaal te woord staat.

Profiel

In verschillende profielsessies hebben we eerder eigenschappen vastgesteld die kenmerkend zijn voor jou en je werkwijze. Door die eigenschappen terug te laten komen en te accentueren in je verhalen, kan je inhoudelijke boodschap versterkt worden. De eigenschappen die we eerder vaststelden zijn:

- Gericht op inhoud (vanuit de inhoud gedreven)
- Betrokken (cases)
- Onorthodox (buiten gebaande paden)
- Gericht op resultaat/doener (Daadkrachtig)

De afgelopen jaren is het aardig gelukt om dat profiel scherper neer te zetten in de pers, op social en in je publieke optredens. Inmiddels ziet de wereld er totaal anders uit. Van de ene op de andere dag stond je aan het roer van de grootste crisis sinds WOII en ben je met premier Rutte het gezicht van de coronacrisis in Nederland. Het leverde je de titel 'coronaminister' op. Een aantal maanden later werd je bovendien partijleider van het CDA. Deze grote verschuivingen hebben onvermijdelijk hun weerslag op het beeld dat er van je is in Den Haag, in de pers en in de rest van het land. Ze hebben ook consequenties voor hoe we je profiel verder willen en kunnen bouwen de komende maanden in het verder verloop van de crisis en in aanloop naar de verkiezingen.

Coronaminister

We zijn inmiddels in de negende maand waarin jij coronaminister bent. We zitten midden in de tweede golf. Qua besmettingen gaat het beter, maar nog niet goed genoeg. En ook publicitair krijgen we veel te verduren. De crisisbestrijding is meer en meer de inzet van een politiek spel geworden. Met je verkiezing als lijsttrekker ben je vogelvrij verklaard, en daarmee nog meer een doelwit voor politiek en pers. Openlijke en minder openlijke aanvallen op het kabinetsbeleid en jouw rol als minister daarin vullen de kolommen. De aard en omvang van de crisis en de impact van de maatregelen die de regering moet nemen, brengen ook risico's mee. Het is lastig om resultaten te boeken en te laten zien, niet alleen omdat de weg er naartoe weerbarstig is, ook omdat tegenover resultaten vaak een woud van tegenvallers staat.

Jij bent iemand die daadkrachtig problemen oplost, de handen uit de mouwen steekt, deze periode meer dan ooit. Ook je betrokkenheid en resultaatgerichtheid komen in de crisis erg van pas, toch is het lastig om ze goed voor het voetlicht te brengen. En dat je onorthodox bent, is achter de schermen nog wel zichtbaar, maar komt publiekelijk soms niet veel verder meer dan de vermaledijde schoenen. Inhoudelijk ben je nog steeds sterk, maar je inhoudelijke verhaal wordt ook vaak als langdradig en wollig ervaren en met je rol als CDA-leider wordt krijg je steeds minder gelijk, ook al heb je misschien gelijk. Van on-Haags ben je haast verworpen tot het symbool van Den Haag, nu je voortdurend schouder aan schouder staat met de premier. Dat beeld wordt gevoeld door criticasters die vaak anoniem benadrukken dat VWS op de remt trapt, behoudend is, geen oog heeft voor economische en maatschappelijke effecten. Van doener ben je in het beeld verworpen tot 'ja-maar-minister.'

Tegelijk lijkt er zich een kentering voorzichtig af te tekenen. Er is meer waardering, of die wordt in ieder geval meer geuit, voor het harde werken, de ingewikkelde dilemma's en de stevige aanpak van de crisis. Criticasters, haters en complotdenkers krijgen meer tegengas. Ook het besef dat de coronaminister 'only human after all is' dringt ook verder door. En na een barre tijd van vooral veel negatieve publiciteit gloort er voorzichtig ook weer wat licht aan het eind van de tunnel. We hebben meer testcapaciteit dan ooit, er zijn hoopvolle ontwikkelingen op het gebied van behandeling en ook het nieuws van de effectiviteit van vaccins van Moderna en Pfizer geeft moed.

Strategie

Ondanks de drukke agenda is het goed om ons eigen verhaal voor het voetlicht te blijven brengen. Dat betekent wel dat we ook meer tijd vrij moeten maken voor pers. Dat kan door meer toe te lichten over de aanpak in een talkshow of actualiteitenprogramma. Maar ook zien we dat werkbezoeken het goed doen op social en veel media spin-off opleveren. Door je rol als coronaminister ben je automatisch 'het nieuws' waar je ook komt. Die kracht moeten we gebruiken. De crisis manage je niet vanuit de bunker. Dat doe je met je voeten in de klei. Daarom blijf je ook nu als het even kan op werkbezoeken gaan.

In de communicatie richting de Haagse opiniemakers leggen we meer nadruk op jouw bestuursstijl; getting things done. Degene die het fikst. Om goed ons verhaal voor het voetlicht te brengen moeten we het contrast met anderen, het eigene en onorthodoxe van je werkwijze voor het voetlicht brengen, zonder het op te blazen of ten koste van anderen. Daarvoor hebben we dit voorjaar al eens journalisten mee laten lopen. Dat zullen we op andere manieren nog vaker moeten doen. Daarnaast hebben we ook voor het eind van het jaar weer afspraken om een select aantal journalisten op achtergrond bij te praten.

Door corona is je bekendheid en bereik enorm vergroot. Tegelijk heeft dat ook gevolgen voor hoe mensen je zien. Vaak ben je de bringer van slecht nieuws, de strenge schoolmeester of de bevoogdende of beknottende minister. De mens achter de minister wordt daardoor naar de achtergrond geduwd. In het mediabeeld en op sociale media zie je dat juist verhalen die jouw persoonlijke leven laten zien erg goed resoneren en tegenwicht bieden op de negatieve corona-framing (denk aan Rooijackers over de vloer, posts over je trouwdag, enzovoorts). Die verhalen willen we ook meer ruimte bieden de komende tijd.

Ook zijn dit de laatste weken en maanden waarin we de reguliere portefeuille onder de aandacht kunnen brengen. De zorg zal blijvend veranderen door de coronacrisis. Je visie op de toekomst van de zorg is een mooi onderwerp om in de spotlights te zetten. Ook op de verschillende onderwerpen uit de portefeuille is het goed om terug te kijken op de bereikte resultaten.

Het eigen verhaal

De eigenschappen uit het profiel vertalen we naar de actualiteit van nu. Dat betekent voor ons eigen verhaal dat we concreet de profieleigenschappen als handvat gebruiken en verweven in het eigen verhaal.

- **Vanuit de inhoud gedreven** betekent: Je schuwt de lastige dilemma's niet. Je maakt dingen niet mooier dan ze zijn. En ben niet bang om knopen door te hakken, ook al is de uitkomst soms ongewis. Je neemt je verantwoordelijkheid. Je speelt geen mooi weer, geen valse verwachtingen, praatjes voor de bühne. Maar gedegen oplossingen voor complexe problemen en duivelse dilemma's.

- **Onorthodox** betekent: whatever it takes. het is hard werken en je moet niet bang zijn om vuile handen te maken, buiten de lijntjes te kleuren, of brutaal te zijn. Je sms't zelf met een ondernemer uit Twente over beademingsapparaten en je zet de koning en koningin aan het werk; als het maar bijdraagt aan de bestrijding van de crisis. Boven de afrekening gaan staan. Je eigen koers varen, ondanks zijwind

- **Gericht op resultaat/daadkracht** betekent: Je denkt vooruit. Je wacht niet af, maar signaleert vaak als een van de eersten wat er op ons af gaat komen. Tegelijkertijd ben je ook eerlijk dat je niet altijd alles zeker kunt weten. In een crisis moet je op basis van halve informatie wel hele besluiten nemen. Dat betekent soms ook dat er dingen mis gaan. Dat is niet erg, als je maar op tijd bijstuurt. Daadkracht. Keuzes durven maken, niet eindeloos vergaderen beschouwen, knopen doorhakken. Ook durven kiezen, omdat afwachten sowieso geen succes betekent. De dood of de gladiolen.

- **Betrokken** betekent: met oog voor mensen, leed en lijden. Je bent ook meer dan alleen coronaminister, je bent ook nog steeds de minister die zich hard maakt voor de kwetsbaren in onze samenleving. En er is ook nog de mens achter de minister. Ook die maken we zichtbaarder.

Zowel in persoonlijke betrokkenheid als in kwetsbaarheid. Meer dan je best kun je niet doen, je kunt niet alles oplossen, je kunt wel heel hard werken om het goede te doen. Er staan voor wie er toe doet: de kwetsbaren en de zorg

Mediaplanning <aan te vullen obv brainstorm donderdag met wv/social/exo/cda>

KRANT – AD

Eindejaarsinterview. Terugblik op het afgelopen jaar en vooruitkijken naar 2021.

ONLINE – NU.nl

Eindejaarsinterview. Insteek zou zijn: terugblik op afgelopen jaar (ook persoonlijk) en vooruitblik op 2021.

ONLINE – YouTuber/Influencer

Voorstel om in gesprek te gaan met een bekende YouTuber. Daarmee bereik je een andere, jongere doelgroep. Daarbij kun je denken aan Robbert Rodenburg, een jonge acteur en presentator die erg actief is op YouTube en Instagram. Hij maakt de reeks 'Open Kaart', waarin hij en zijn gast elkaar vragen stellen door briefjes te pakken, zonder dat zij van tevoren weten wat er op die briefjes staat. Eerder maakte hij een veelbekeken interview met Eloïse van Oranje (800.000 kijkers).

RADIO – Dit is de Dag

Voor het programma Dit is de Dag op NPO Radio 1 maken we in de laatste twee weken van december speciale eindejaarsuitzendingen. Ze zouden graag met Hugo de Jonge willen terugblikken op 2020.

TELEVISIE – RTL Boulevard

We zijn bij RTL Boulevard al druk bezig met de voorbereiding van de uitzendingen met kerst en oudejaarsavond, omdat deze eerder worden opgenomen. Nou is het zo dat we op oudejaarsavond graag terugblikken met mensen die veel te zien zijn geweest gedurende het jaar, veel hebben betekend etc. En daar hoort de minister van Volksgezondheid natuurlijk bij. Ik zou je daarom willen vragen of het mogelijk is om Hugo de Jonge te spreken over hoe hij kijkt naar 2020, wat het jaar met hem heeft gedaan en wat hij verwacht en hoopt van 2021. Dit interview zou dan worden afgenomen door onze politiek verslaggever, Dries Roelvink. En natuurlijk kan het via Zoom of Skype, gezien de maatregelen.

TELEVISIE – Top2000 Pick-up Tour

In dit programma interviewen de NPO Radio 2 dj's bekende gasten over hun Top2000 plaat. Waarom sloeg dat nummer op dat punt in hun leven in als een bom? Waar waren ze toen ze de tekst van dat nummer ineens tot in z'n diepste vezels begrepen? Het programma (elke aflevering is een kort één-op-één gesprek met een gast) zal tussen kerst en oud en nieuw worden uitgezonden op NPO1. De opnames vinden plaats tussen half november en begin december (wij zijn flexibel). Het interview neemt ongeveer 1-1,5 uur in totaal in beslag. De locatie is theater De Vorstin in Hilversum.

TIJDSCHRIFT – Elsevier

"Voor het jaarlijkse kerstnummer van Elsevier Weekblad wil ik graag een artikel maken over Het Rotterdam van Hugo de Jonge. Opzet is vergelijkbaar met een artikel dat we enkele jaren geleden hebben gemaakt met de premier: Het Den Haag van Mark Rutte. Het idee is dat minister De Jonge zeg een dozijn plekken in Rotterdam benoemt en toelicht die voor hem een persoonlijke, politieke en ideologische betekenis hebben. Zowel als het gaat om het afgelopen jaar als bijvoorbeeld zijn tijd als wethouder. Zou de minister daar aan mee willen werken? De hele productie zou uiterlijk eind november moeten zijn afgerond."

TELEVISIE – De Vooravond

De Vooravond is een nieuw programma, met Renze Klamer en Fidan Ekiz,, wat vroeger op de avond en wat lichter van toon dan de gemiddelde talkshow waardoor er meer ruimte is voor een persoonlijker gesprek.

WERKBEZOEKEN

Voor de komende maanden blijven we inzetten op werkbezoeken die aansluiten bij nieuwsmomenten op de verschillende corona-onderwerpen (waaronder testen, vaccinatie, en behandeling). Door mijlpalen zo veel mogelijk op locatie naar buiten te brengen onderstrepen we het beeld van een minister met de voeten in de klei, die weet wat er speelt in de uitvoeringspraktijk.

Daarnaast kiezen we voor bezoeken die jouw eigen verhaal en de bijbehorende profieleigenschappen verdere verdieping geven. Dat betekent voor bijvoorbeeld voor de kerstperiode:

1. Bezoek in het kader van kerst en Aandacht voor Elkaar
Een warm bezoek aan iemand die persoonlijk veel te leiden heeft gehad onder corona. Bijvoorbeeld doordat deze persoon zelf ernstig ziek is geweest, of een naaste heeft verloren aan het virus. Beelden van dit bezoek zouden tevens meegenomen kunnen worden in een speciale *Aandacht voor Elkaar*-thema-uitzending die Omroep MAX op poten zet voor de tweede helft van december. We werken de details verder uit.
2. Bezoek in het kader van kerst en Eenzaamheid
Resto van Harte organiseert in samenwerking met KRO|NCRV 'Het Grootste Kerstdiner van Nederland'. Ouderen en andere eenzame mensen kunnen door heel het land een speciale kerstmaaltijd afhalen bij de lokale Resto van Harte vestiging, en die 's avonds voor de buis opeten. Een speciale tv-show met Joris Linssen maakt er een gezellige en gezamenlijke kerstavond van. Het idee is dat jij op de 23^e bij enkele ouderen die niet zelf in staat zijn de maaltijd op te halen thuis langs gaat en hun eten bezorgt en een kort praatje maakt. Beelden hiervan worden in de uitzending verwerkt. Eventueel bel je dan 's avonds ook nog even live in voor een kort gesprek met Joris Linssen.
3. Meelopen in het kader van kerst en zorgpersoneel in verpleeghuizen
Op kerstavond (24 december) stellen we voor dat je meeloopt in een verpleeghuis. Geen kort bezoek, maar een paar uur echt meelopen. Een bezoek waarmee je een hart onder de riem steekt van iedereen in de zorg die ook met kerst moet werken. Je kunt helpen met de kerst-activiteiten na het eten en spreekt met bewoners, naasten en personeel. We onderzoeken of je bij dit bezoek ook gevolgd kan worden door een zorg-vlogger. Aanvullend onderzoeken we ook de mogelijkheid van een grotere actie richting al het zorgpersoneel. Denk aan een videoboodschap, een kaartenactie, of iets dergelijks om ze te bedanken voor hun inzet in 2020.

3. Social media aanpak laatste maanden kabinetsperiode

Op social media laden we de vier eerder benoemde profieieigenschappen:

- **Onorthodox**
- **Gericht op resultaat/daadkracht**
- **Betrokken en - Vanuit de inhoud gedreven**

In de laatste maanden van deze kabinetsperiode doen we dat als volgt:

- we pakken groter uit bij belangrijke mijlpalen op de drie communicatielijnen, bijvoorbeeld met portretvideo's of uitgebreidere social producties (livesessies, q&a's, interactieve quizjes);
- we zetten nog meer in op het vergroten van betrokkenheid door o.a. interactie te stimuleren in bijvoorbeeld Q&A's op Instagram en livesessies met (zorg)influencers;
- we maken op LinkedIn en Twitter resultaten zichtbaar aan de hand van verslagen van werkbezoeken, portretten van mensen (die je op werkbezoeken hebt gezien en) die een belangrijke bijdrage leveren aan je beleid. Zo versterken we je profiel als minister die staat voor *zijn* mensen;
- we delen op Twitter nieuws over de verschillende resultaten waardoor jij online dé bron bent van je eigen nieuws en we de discussies die hierover ontstaan goed in beeld hebben en houden;
- we brengen je betrokkenheid bij leed en lijden voor het voetlicht door bijzondere ontmoetingen met mensen uit de zorg of mensen die lijden onder bepaalde problematiek uit te lichten;
- we delen in statements je verontwaardiging als groepen in de samenleving zich hard, roekeloos of gevoelloos opstellen tegenover kwetsbaren.

Inzet per platform

LinkedIn (202.875 volgers)

- **Portretvideo's** van mensen die je ontmoet op werkbezoeken om resultaten uit te lichten en betrokkenheid te tonen bij de mensen in de zorg.
- **Miniblogs of statements over actuele thema's**. Bijvoorbeeld over de #dorhout discussie. Hiermee laat je zien dat je de lastige dilemma's niet schuwt en je je durft uit te spreken hierover.
- **Artikelen over goede voorbeelden uit de zorg of vanuit de samenleving-** of juist over iets onwenselijks, maar dan om een statement te maken. Ook een diepteinterview over jouw ministerschap past hier.
- **De mooiste foto's van werkbezoeken en persoonlijke ontmoetingen**. Liefst actiefoto's tussen de mensen. Met een boodschap over hoe onder de indruk je bent van de uitvoering. Dit illustreert je betrokkenheid.

Instagram (73.400)

Op Instagram zien we dat vooral de persoonlijke plaatjes het goed doen. Valkuil is dat we te veel persoonlijke plaatjes en grapjes posten, waardoor we het totaalplaatje uit het oog verliezen. We gaan voor een goede balans tussen het persoonlijke en het werk. We zetten in op de volgende contentformats:

- **Instagramlivesessies met 'influencers' uit de zorg** en/of de coronaportefeuille. Denk aan een Tommie Niessen, Teun Toebe of de accounts van ziekenhuizen. In deze livesessies neem jij de rol aan van interviewer en voer jij het gesprek met je 'gast'. Hiermee laat je zien dat je betrokken bent en oprecht geïnteresseerd. Daarnaast bied je de mensen in de zorg een podium. We kiezen die 'influencers' met een following die interessant is voor jouw kanaal.
- **Instagram Q&A's** om de verschillende beleidsthema's inhoudelijk onder het voetlicht te brengen. (vaccins, sneltesten, etc.) hiermee laten we je daadkracht zien.
- **Bij belangrijke werkbezoeken zetten we in op Instagram Reels**. Reels heeft een ontzettend groot bereik, ook buiten je bestaande volgerspubliek. De reel over het werkbezoek aan GGD Rotterdam-Rijnmond is bijvoorbeeld al 110.000 keer bekeken.

- **We laten de mens 'Hugo de Jonge' vaker zien door af en toe een 'day in a life' story te maken** waarin we op Instagramstories verslag doen van je dag. Van de keukentafel 's ochtends tot alle webex-overleggen op je kamer. We laten zien hoe het echt is. Mooi als je kunt bijdragen met authentieke beelden uit je privé-sfeer.

Twitter (86.700 volgers)

Op Twitter focussen we op het maken van nieuws. Wanneer er een persbericht wordt verstuurd, volgen we vrijwel direct met een tweet zodat we online dé bron van het nieuws zijn. Dit vergroot de kans om ge'embed te worden op nieuwssites wat weer zorgt voor meer bezoekers op je twitteraccount. Daarnaast houden we hierdoor goed zicht op de discussies die er ontstaan. Dus:

- **Persberichten, nieuwsberichten en Kamerbrieven.**
- **Focus op resultaten** en wisselwerking met media (mediaoptredens, artikelen).
- **Stelling nemen** in controversiële kwesties, leidt tot veel bereik, maar kan ook hard terugslaan in het gezicht, omdat je in een kamp getrokken wordt.
- **Gevat of scherp inhaken** op actualiteit en humor versterken de band met volgers.

Facebook (35.004 volgers)

Op Facebook heb je een erg gevarieerd publiek. Daarom voorzien we hier in informatiebehoefte, uitleg delen over onderwerpen die een breed publiek aangaan. Daarnaast kijken we welke content van de andere kanalen hier past. Denk dan aan mediagenieke werkbezoeken of kamerbrieven/persberichten die nieuws bevatten met een brede relevantie.

- **Focus op het uitleggen van ingewikkeldere thema's**, informatie bieden over onderwerpen die voor een breed publiek relevant zijn, zoals corona-onderwerpen.
- **Miniblogs** over actuele thema's. Bijvoorbeeld over de #geendorhout discussie.
- Graphics en animaties om **complexe zaken inzichtelijk te maken** of een overzicht te geven van bereikte resultaten.

Aandachtspunten

- Wat betreft timing en verdeling van de content blijven we goed afstemmen en overleggen met het CDA (Annelotte).
- Wanneer we meer interactieve en persoonlijke contentvormen willen inzetten, betekent dat dit ook meer tijd in jouw agenda vraagt. Bijvoorbeeld om een livesessie te doen, of om een Q&A op te nemen.

Bijlage 1: Mediaprofiel Minister Hugo de Jonge

Profiel minister De Jonge in coronatijd (uit: 'Profielstuk 4 november 2020')

In de laatste maanden van het Kabinet Rutte III, maken we opnieuw de balans op van het profiel van Hugo de Jonge: minister van VWS, vicepremier, coronaminister en CDA-lijsttrekker. De laatste maanden tot aan de verkiezingen beloven een totaal ander slotstuk te worden dan gedacht way back in oktober 2017 toen een eerste stap is gezet in het vaststellen van het profiel. Toen was corona nog een onbekend woord; nu beheerst het ieders leven en dat van de minister misschien nog wel het meest. Na acht maanden crisis (waarvan een groot deel met minister De Jonge als de 'coronaminister') moeten we de balans opmaken op volle zee en in ruw water. De minister en VWS krijgen publicitair veel te verduren –vooral op social media is het bar en boos, en soms ook ronduit dreigend. Dat is ook niet zo gek. De rol van coronaminister is wezenlijk anders dan de rol van VWS-minister. De coronaminister is de brenger van slecht nieuws en de 'streng schoolmeester' die Nederland om de week vertelt "wat er nu weer allemaal niet mag". Die rol is soms lastig te rijmen met de gewenste profieleigenschappen die steeds de rode draad zijn geweest in de publieke profilering. De mens Hugo de Jonge valt weg vanuit die 'streng schoolmeesterrol'. Verhalen over Hugo als mens doen het echter juist heel goed op social media en kunnen tegenwicht bieden op de negatieve coronaframing, vooral op social media –denk daarbij aan de recente voorbeelden van Rooijakkers over de vloer, de trouwdag-posts, en 'gitaarspelen bij Jinek'.)

Ondanks de barre tijden, dringen er zich wat lichtpuntjes aan in de verte: enkele vuurtorens om Nederland naar kalmere wateren te loodsen, of zelfs naar wal: de Covidwet is aangenomen, de CoronaMelder is landelijk uitgerold, de testcapaciteit komt op stoom (inclusief sneltesten), en er liggen miljoenen vaccins in het verschiet. Zoals woordvoering in haar notitie eerder al aangaf: deze onderwerpen moeten blijvend voor het voetlicht worden gebracht. Het land heeft behoefte aan perspectief en het profiel van de minister kan daar een cruciale rol bij spelen!

Door de crisis is de bekendheid en het bereik enorm vergroot. Dat was altijd al in orde, zeker na een jaar minister (en vicepremier) te zijn geweest en De Jonge echt op stoom kwam. De crisis heeft uiteraard echter ook gevolgen voor de manier waarop mensen je percipiëren. Nu het ministerschap van VWS is 'samengesmolten' met de rol als coronaminister en een van de belangrijkste figuren in de algehele crisisbestrijding, bezien mensen je niet meer op verschillende manieren en vanuit verschillende rollen. Was er voorheen een verschil in de manier waarop pers en publiek De Jonge beoordeelden als minister en vicepremier, dat verschil is er niet meer. Dat brengt nadelen met zich mee, maar ook kansen –zie verderop.

De manier waarop corona invloed uitoefent op de prioritaire onderwerpen van minister de Jonge

Het mag duidelijk zijn dat de coronacrisis alle andere prioriteiten naar de achtergrond heeft gedrukt. Je kunt eigenlijk niet meer spreken van 'hét' mediabeeld per prioriteit. Corona is allesoverheersend. De thema's Waardig ouder worden, Werken in de zorg, (Ont)regel de zorg, en Zorg voor de toekomst worden allemaal gezien vanuit een coronabril. Hoe de crisis inwerkt op die prioriteiten verschilt wel. Bij de ene prioriteit accentueert de crisis bepaalde (oude) problemen; bij de andere prioriteit komen nieuwe issues aan het licht.

> Waardig ouder worden

De coronacrisis heeft meer accent gelegd op de meer 'existentiële vraagstukken' rond waardig ouder worden: Wanneer is je leven voltooid? Heb je recht op medische hulp ook al ben je oud en zwak? Is menselijk contact niet belangrijker dan kans op ziek worden? Wat betekent het wanneer een deel van de maatschappij je zou willen isoleren ten behoeve van meer vrijheid voor zichzelf? Het heeft tegelijkertijd het zelfbewustzijn van ouderen versterkt: een deel van de ouderen wil niet gepercipieerd worden als 'kwetsbaar' en 'zielig', maar zélf keuzes maken over hoe zij omgaan met de coronacrisis. "Ik bepaal zelf wel of ik bezoek wil ontvangen en of dat een gezondheidsrisico voor mij meebrengt. Dat hoeven ze in Den Haag niet voor mij te doen!"

> Werken in de zorg

De coronacrisis heeft het belang van deze prioriteit alleen maar versterkt! De focus is wel meer richting belonen verschoven. Was dit voorheen veel meer het project van de vakbonden en de SP (en in mindere mate PvdA en PVV) –nu is er meer aandacht voor het belang van beloning vanuit het zorgpersoneel zelf. In hoeverre dit intrinsiek is, of hen is 'aangepaard' door verhalen in de media, maakt niet uit: het beeld is dat het zorgpersoneel zelf ook een betere, eerlijke beloning wil

nu ze hun onschatbare waarde hebben kunnen laten zien tijdens de crisis. Politiek gevaarlijk is het feit dat de VWS-begrotingsbehandeling is uitgesteld tot in december: de motie over het structureel verhogen van het salaris in de zorg zal tot in december voor druk binnen de coalitie zorgen. Houden alle partijen zo lang nog de rijen gesloten?

> *(Ont)regel de zorg*

In de beeldvorming is er onvoldoende goed samengewerkt tijdens de crisisbestrijding, nu vooral in beeld gebracht rond het testbeleid. De vraag die door de coronacrisis expliciet zijn gesteld: 'In hoeverre gaat het ontregelen van de zorg ook zorgen voor betere samenwerking?'; 'Welke regels staan betere samenwerking momenteel in de weg?'; 'Is nu niet hét moment om de zorg eindelijk eens goed in te regelen?' Tegelijkertijd heeft de crisis ook laten zien hoe goed de zorg in Nederland is geregeld en dat er heel snel gehandeld kan worden wanneer iedereen de neuzen dezelfde kant op heeft staan. Dat momentum kan wellicht aangewend worden om tot aan de verkiezingen nog wat stappen te zetten in het ontdoen van onnodige regels.

> *Zorg voor de toekomst*

Uiteraard zal de contourennota beoordeeld worden vanuit de lessen die (in de media, in de Kamer, en in de samenleving) zijn getrokken over de crisisaanpak. Centrale vraag daarbij: 'Betekent toekomstbestendige zorg ook dat we beter zijn voorbereid op toekomstige crises zoals een pandemie?' Communicatief gevaar van de contourennota is dat het nog te weinig antwoord kan geven op die vraag en dat de lessons learned van de crisis nog onvoldoende een bestendige plek hebben gekregen in de kijk op hoe de zorg in de toekomst moet worden ingericht.

Kansen en bedreigingen profieleigenschappen

Kansen liggen op het vlak van de profieleigenschappen 'Betrokken' alsook 'Onorthodox'. De profieleigenschap 'Gericht op resultaat' werkt momenteel negatief in op beide profieleigenschappen; daar moet rekening mee worden gehouden bij de verdere finetuning / aanscherping van het benadrukken van een minister die Betrokken en Onorthodox te werk gaat in zijn harde werk voor het land.. Hieronder deze drie punten kort toegelicht.

> *Betrokken*

'Betrokkenheid' van minister De Jonge bij de coronacrisis komt zichtbaar naar voren. Hij wordt niet voor niets 'mister Corona' genoemd, of de 'coronaminister' (Bruins werd zo veel minder genoemd.) Het beeld van een minister die (middels vele werkbezoeken) met z'n voeten in de klei staat en betrokken is bij de mensen waarvoor hij in de politiek zit, is niet weg. Het is alleen naar de achtergrond verdwenen door de immense drukte van de crisisbestrijding en een gebrek aan (praktische) mogelijkheden weer 'het land in te gaan'. Dat beeld moet weer opnieuw geladen worden. De profieleigenschap 'Gericht op resultaat' werkt negatief in de eigenschap van betrokkenheid: wanneer resultaten uitblijven en de kritiek op de minister toeneemt, wordt betrokkenheid gereduceerd tot 'hij doet zo z'n best'. Dat is het laatste hoe je wilt worden omschreven. Een enkele keer is die omschrijving langsgelopen: "minister De Jonge werkt keihard en doet zijn best.." –op zich niet verkeerd, maar zodra dit de overhand krijgt wordt het positieve van een betrokken minister negatief: 'hij voelt zich betrokken, maar dóet er niets aan'.

> *Onorthodox*

De tweede profieleigenschap die sterk bij de minister past en nog niet weg is (ok, misschien wel bij de social mediacriticasters, maar die krijg je toch nooit meer in 'Kamp-Hugo') is 'Onorthodox'. Positieve woorden over een minister die het anders doet en resultaten behaalt, staan nog vers in het geheugen, maar worden momenteel wat overvleugeld door een beeld van tegenvallende resultaten in de crisisbestrijding. 'Overpromise and underdeliver' is een beschrijving die afgelopen weken net wat te vaak terugkomt. Juist in een crisis als deze kunnen het onorthodoxe keuzes zijn die voor resultaten zorgen. Maar hierbij geldt: dit werkt alleen wanneer de resultaten er ook daadwerkelijk komen! Alleen onorthodox zijn is niet voldoende; voor de beeldvorming gelden alleen de resultaten. Zeker nu.

> *De middenweg*

Vanuit dilemmalogica kunnen we vaker uitleggen dat er meerdere kanten aan een verhaal zitten en dat oplossingen niet altijd gemakkelijk voorhanden zijn (denk aan de vaccins, meer testcapaciteit, enz). Het midden is de plek waar de grootste gemene deler ligt en waar er zicht is op het hele speelveld; Het kan helpen de coronadiscussie in de media wat te nuanceren. In de Kamer kan de angel er wat vaker uit worden gehaald. De eigen worsteling benoemen bij het oplossen van ene probleem, benadrukt tot slot weer wat meer de *mens* Hugo de Jonge –en dat is

wat nu altijd zo sterk aan het profiel is geweest, maar de laatste maanden door de coronacrisis te veel naar de achtergrond is verdwenen.