

Communicatietoets maatregelen 14 december 2021

Kernpunten

- **Een groot deel van de samenleving verwacht geen versoepelingen.**
- **Geef een verbindende warme boodschap richting kerst en de jaarwisseling, erken dat het met minder mensen vieren een teleurstelling is en geef daarnaast ook handelingsperspectief hoe dit op een verantwoorde manier te vieren.**
- **Het moment van invoeren CTB voor de detailhandel is van invloed op het draagvlak, naleving en controle Kies een moment dat goed is uit te leggen – en na te leven. Niet in een weekend, niet vlak voor kerst etc.**

Opiniebeeld (peiling 2-5 december en 22-24 november (testen))

- Zorgen over het coronavirus nemen weer toe Het aandeel mensen dat (heel erg) bezorgd is, neemt ten opzichte van oktober toe van één op de drie naar de helft van de mensen. Men maakt zich vaker zorgen over de druk op de zorg en agressie door de coronamaatregelen. Daarnaast zijn er zorgen over de duur van de coronacrisis. 'Gevaccineerd zijn' wordt minder vaak genoemd als reden om geen zorgen te hebben. Meer mensen schatten de kans dat zij met het coronavirus besmet raken (zeer) groot in, terwijl minder mensen het risico (zeer) klein inschatten.
- Op 30 november heeft het EenVandaag-opiniepanel gepeild dat ongeveer de helft van de respondenten vond dat er te weinig maatregelen gelden. Zo'n 16% wil minder maatregelen en 9% zelfs helemaal geen maatregelen. 16% van de respondenten vindt de huidige maatregelen passend. Een vergelijkbaar beeld komt naar voren uit de cohortstudie van de gedragsunit van het RIVM.
- De helft van de mensen volgt de maatregelen om de druk op de zorg te verminderen. Men geeft ten opzichte van oktober vaker aan dat niet ziek willen worden en helpen om de druk op de zorg te verminderen redenen zijn om de maatregelen na te leven.
- De naleving van de gedragsregels blijft stabiel (ventileren, handen wassen) of neemt toe (dragen mondkapjes, 1,5 meter afstand houden) sinds oktober.
- Belang en intentie om je snel te laten testen bij klachten stijgen. Redenen om te testen nemen toe: Anderen niet ziek willen maken, het hebben van klachten en het willen van zekerheid zijn nog steeds de belangrijkste redenen om te testen. Deze redenen worden genoemd door iets meer dan de helft van de mensen en dat is vaker dan in oktober. Gevaccineerd zijn is voor minder mensen om niet te testen.
- Thuisblijven bij klachten wordt nog steeds gezien als het meest effectief om corona tegen te gaan (door acht op de tien mensen). Ook testen bij klachten, drukte vermijden, 1,5 meter afstand houden, handen wassen, thuiswerken en vaccineren zijn volgens driekwart (zeer) effectieve maatregelen. Het gebruik van de CoronaMelder-app wordt van alle maatregelen als het minst effectief gezien: vier op de tien vinden dit effectief.
- Draagvlak CTB is wisselend. Zes op de tien mensen vinden dat coronatoegangsbewijzen nodig zijn om locaties zoveel mogelijk op volle capaciteit open te houden. Eenzelfde aandeel denkt dat het nodig is om samen te leven met het virus. Echter, de helft vinden coronatoegangsbewijzen als een verplichting voelen en/of dat het mensen uitsluit.
- Bij de cohortstudie van de gedragsunit van het RIVM geeft bijna de helft van de deelnemers (46%) aan dat ze het zat zijn om over het coronavirus te horen, het hoogste percentage sinds we dit voor het eerst hebben gemeten in mei 2021. Ook is er een toename in het percentage deelnemers dat aangeeft zich gestrest te voelen doordat ze proberen alle maatregelen na te leven (18%). Respondenten geven aan dat men door de vele aanpassingen aan het maatregelpakket door de tijd heen de draad kwijtraakt.

Algemeen

- De hoge besmettingscijfers, de hoge bezetting van de ziekenhuizen en de dreigende code zwart in de zorg hebben er toe geleid dat het **besef van urgentie** in de samenleving weer volop aanwezig is. Mensen vragen zich af of het genoeg is. **Het draagvlak voor het beleid van de overheid is laag, het draagvlak voor maatregelen hoog.**
- De samenleving lijkt het vertrouwen in de aanpak te zijn verloren. De herijking van het langetermijnbeleid kan een antwoord zijn daarop om het vertrouwen weer terug te winnen.

Kondig aan dat er gewerkt wordt aan een lange termijnperspectief, maar voorkom dat de indruk van nieuwe beloftes wordt gewekt.

Continuering van het huidige pakket

- Het huidige epidemiologische beeld en de huidige bezetting in de zorg (die al weer enige tijd tussen de 2.600 en 2.850 patiënten ligt en waarbij de daling nog niet is ingezet) zijn **voldoende onderbouwing** voor stevige beperkende maatregelen. De indrukwekkende lijst uitgestelde zorg raakt veel mensen in de samenleving. Ook dat draagt bij aan begrip voor continuering van de maatregelen.
- Uit de gedragsexpertise blijkt dat mensen bereid zijn om offers te maken als de urgentie hoog is en ook als datgene wat ze wordt gevraagd daadwerkelijk bijdraagt aan het collectieve doel. Inzicht in de **effecten van dié inzet** helpen bij het begrip voor en de naleving van de maatregelen. Belangrijk om dit te belichten.
- Als het huidige maatregelenpakket wordt verlengd is dat duidelijk te communiceren, dat draagt bij aan een goede naleving.
- Wel moet het 'waarom' van de **einddatum** van het verlengde pakket heel helder worden uitgelegd en geduid. Een argument daarbij wat naar verwachting zal leiden tot draagvlak is om in ziekenhuizen zo snel mogelijk weer ruimte te geven aan niet-coronapatiënten.
- Dat neemt niet weg dat dit een **harde boodschap** is. Voor alle mensen die graag weer kerst en de jaarwisseling hadden willen vieren op de wijze waarop ze dat gewend zijn. Ook voor veel sectoren als sport, cultuur en de horeca is dit een keihard gelag. De decembermaand is voor veel sectoren (zoals horecagelegenheden) een belangrijke maand. Om de naleving van de maatregelen op deze dagen op het goede niveau te houden is het noodzakelijk om in de persconferentie **erkenning** te geven hoe zwaar dat is, maar ook hoe nodig het is dat de regels worden nageleefd dat de naleving **effect** resorteert maar nog niet voldoende.
- Alhoewel het voor veel families zwaar zal zijn om onder huidige maatregelen kerst te vieren (met vier bezoekers per dag (excl kinderen onder 12)), is het voor een duidelijke en consistente communicatie toch noodzakelijk om **geen uitzondering voor de kerstdagen** af te kondigen. Dit is moeilijk te motiveren (als op deze dagen meer mogelijk is, waarom dan niet op andere dagen? Het virus viert namelijk geen Kerst), bovendien heeft het een nadelig effect op de naleving op andere dagen (want als het met kerst kan, dan ook op andere dagen). Belangrijk in de communicatie is dit dilemma/de teleurstelling te erkennen en tegelijk handelingsperspectief te bieden hoe gezellig en ook verantwoord de feestdagen te vieren.

Verlenging kerstvakantie

- Specifiek voor het onderwijs is al enkele malen door het kabinet helder aangegeven dat sluiting alleen in een **uitzonderlijke situatie** een oplossing is. Mocht hiervoor worden gekozen dan moet voor het draagvlak heel goed worden onderbouwd waarom deze situatie zo uitzonderlijk is.

CTB in niet-essentiële detailhandel en niet-essentiële dienstverlening

- Niet-essentiële dienstverlening **moet goed worden gedefinieerd**. Als het alleen beperkt wordt tot recreatieve dienstverlening zoals sauna's, pretparken, etc. Dan is dat makkelijker te communiceren. Bovendien verwachten veel mensen dat op deze plek het CTB geldt. Maar dienstverlening is een breed begrip, als het niet goed wordt afgebakend, dan zal dat voor veel bedrijven en hun klanten leiden tot veel onduidelijkheid. **Onduidelijkheid betekent ook dat de naleving laag is.**
- Als besloten wordt om het CTB voor niet-essentiële detailhandel te verplichten dan is dat een grote operatie, het aantal locaties waarvoor het CTB gaat gelden wordt meer dan verdubbeld. Er is een groot verschil tussen detailhandel en horeca, theaters, sportverenigingen, etc. Mensen die naar een winkel gaan zijn in het algemeen maar kort in een winkel, vaak korter dan 10 minuten. Daardoor zal er veel meer controle nodig zijn dan in de gelegenheden waar het CTB nu geldt. **De impact voor detailhandel zal dan ook veel groter zijn dan voor de locaties waar het nu al geldt.** Geef hiervoor **erkenning**, dat draagt bij aan draagvlak.

- Gun de detailhandel **implementatietijd** om dit goed in te regelen. Invoering op een maandag leidt er toe dat de detailhandel kan starten op rustige winkeldagen en tijd heeft om alles goed in te regelen. Als besloten wordt om te starten in het weekend voor kerst, dan is dat slecht voor het draagvlak bij de ondernemers en het winkelend publiek omdat alle opstartproblemen dan samenvallen met één van de drukste winkelweekenden van het jaar.
- We weten bij de eerdere startmomenten van het CTB dat **de naleving in de eerste weken lager is en later toeneemt**. Dat zal in de detailhandel niet anders zijn. Dit vraagt dus extra aandacht richting deze ondernemers.
- In tegenstelling tot andere sectoren kunnen de gevolgen van het toepassen van het CTB heel **zichtbaar** worden, met rijen voor winkels in drukke winkelstraten. Dit zal media-aandacht genereren.
- De wet laat differentiatie toe (niet voor elke niet-essentiële detailhandel hoeft het CTB verplicht te worden). Maak heldere **eenduidige richtlijnen** voor de bepaling of een winkel wel of geen CTB hoeft toe te passen.

Verruimen algemene sluitingstijd (van 17.00-05.00 naar een ander tijdsvak)

- Met de huidige besmettingscijfers zal een aanzienlijk deel van de samenleving deze versoepeling **te snel** vinden gaan. Maar de meeste mensen zullen wel gebruik maken van de mogelijkheden die dat biedt.
- **Voorkom allerlei uitzonderingen**, dat maakt de communicatie lastiger.