

### **Communicatieaanpak korte termijn**

De inzet van publiekscommunicatie van de Rijksoverheid blijft zich de komende twee maanden richten op het informeren van het brede publiek en specifieke doelgroepen. Onder meer door communicatie over maatregelen, ventileren, fijnmazige en boost vaccinatie, mondkapjes, (zelf)testen, quarantaine, en het gebruik van het coronatoegangsbewijs. Door het bieden van concrete handelingsperspectieven stimuleren we de naleving van maatregelen, het volgen van de basisregels en de gedragsadviezen.

Sinds het begin van de crisis is de massamediale campagne 'Alleen samen krijgen we corona onder controle' een belangrijke ruggengraat van de publiekscommunicatie van de Rijksoverheid. De bestaande campagne-onderdelen worden voor diverse onderwerpen en deelcampagnes nog ingezet: (online) commercials voor radio en tv, video's, online bannering, print en content voor sociale media.

Ondertussen is er in de huidige en komende communicatie-inzet al een eerste verschuiving zichtbaar in toon, vorm en beeld van (directieve) crisiscommunicatie naar (verbindende) samenlevingscommunicatie. Zo is de campagneslogan 'Alleen samen krijgen we corona onder controle' steeds minder zichtbaar in de uitingen en wordt niet meer gebruikt tijdens de persconferentie. De komende weken wordt het gebruik verder uitgefaseerd. Momenteel wordt er samen met andere overheden, maatschappelijke organisaties en sectoren nagedacht over een nieuwe campagnevorm en -stijl die beter aansluit op de volgende fase van de corona-aanpak: samen verder, leven met het virus.

### **Nieuwe communicatieaanpak middel- en lange termijn**

Het uitgangspunt van de nieuwe aanpak wordt 'samen verder, leven met het virus'. Communicatie richt zich hierbij met name op:

- een heldere verwoording van wat leven met het virus voor de samenleving betekent;
- het bieden van toepasbare handelingsperspectieven en gedragsadviezen om invulling aan 'leven met het virus' te kunnen geven;
- het bieden van duidelijke en toegankelijke informatie over de ontwikkeling van het virus;
- het tijdig, transparant en in een passende toon en vorm informeren (hoe, wat en waarom) over de kabinetsaanpak, het besluitvormingsproces en de inzet van instrumenten en mogelijke maatregelen.

De nieuwe aanpak gaat uit van gedeeld eigenaarschap met de samenleving, dat vraagt dan ook een andere positie vanuit de overheid wat betreft de communicatie. De sturende regierol die in enkele situaties nog nodig is, verschuift stapsgewijs naar een meer faciliterende rol vanuit de (rijks)overheid. Bijvoorbeeld door het bieden van gezamenlijke uitgangspunten, gedragsinzichten, kennis en kaders. De huidige crisiscommunicatie wordt vervangen door samenlevingscommunicatie, waarin de communicatie-inzet door en onderlinge samenwerking tussen maatschappelijke organisaties, sectoren en overheden wordt versterkt. Hiermee sluiten we nog meer aan op de vragen en behoeften die in de samenleving en onder specifieke doelgroepen leven.

De coördinatie vanuit het nationaal kernteam crisiscommunicatie zal op termijn overgaan in een interdepartementale samenwerking. De ministeries organiseren, in onderlinge samenhang, vanuit de eigen verantwoordelijkheid samen met maatschappelijke partners, sectoren en lokale overheden de communicatie met de samenleving.

De eerste stappen zijn inmiddels gezet. Met het gebruik van visuals tijdens de persconferentie, het vooraf verzenden van het OMT-advies en de uitfasering van de

campagneslogan "Alleen samen krijgen we corona onder controle". De nieuwe aanpak voor de middel- en lange termijn wordt de komende weken in gesprek met maatschappelijke organisaties, sectoren en overheden verder uitgewerkt.