

Alleen samen

Inzet van social media influencers

Voor de campagne Alleen samen zijn op twee manieren (social media) influencers ingezet om jongeren te bereiken:

- Boef en Famke Louise voor het ophalen en laten beantwoorden van vragen die leven bij jongeren -> groen gearceerd
- De inzet van andere social media influencers voor het maken van op jongeren toegespitste content -> geel gearceerd. Het overzicht van deze influencers en het totaal bedrag wat aan hen besteed is staat in de aparte bijlage.

In het debat van 1 april zijn Kamervragen gesteld over de tweede categorie. Deze vragen zijn toegevoegd aan onderstaande overzicht.

Kamerbrieven

31-03-2020

Publiekscampagne

In mijn brief van 25 maart jl. heb ik u geïnformeerd over de publiekscampagne 'Alleen samen krijgen we corona onder controle'²⁸. Deze wordt de komende tijd uitgebreid met radiospots, tv-commercialen en online middelen rond 'thuisblijven' en '1,5 meter afstand houden' met aandacht voor de volgende fase van volhouden en nut en noodzaak van de maatregelen. Hierbij richten we ons ook specifiek tot jongeren, bijvoorbeeld door de inzet van *influencers* bij het verspreiden van informatie.

07-04-2020

Bereiken van specifieke doelgroepen

De inzet om specifieke doelgroepen goed te informeren gaat onverminderd door. Om jongeren te bereiken hebben *10 social media influencers* in het totaal *10 Instagram timeline video's* geplaatst en *10 Instagram stories*. Gezamenlijk hebben zij *3.873.000 abonnees*.

16-04-2020

Intensivering publiekscampagne

In het verlengde van de algemene publiekscampagne worden er twee deelcampagnes ontwikkeld: Een deelcampagne voor jongeren, waarin we aansluiten op hun leefwereld door antwoord te geven op de vragen die bij hen leven. We zien bij jongeren regelmatig onverschillig gedrag. We willen dat ze de maatregelen serieus nemen en zich eraan houden. Daarom achterhalen we de vragen die hen bezighouden. Door hier antwoord op te geven, kunnen we hen er beter van overtuigen om zich aan de maatregelen te houden. *Daarbij maken we gebruik van rolmodellen omdat jongeren deze meer vertrouwen en van hen eerder een boodschap aannemen.*

22-04-2020

Publiekscommunicatie

De nieuwe tv-spotjes, radiospot en online middelen zijn nu een week zichtbaar. De eerste resultaten laten zien dat de campagne wordt gewaardeerd met een rapportcijfer 8,0 en door 85% van de mensen wordt herkend. *De komende drie weken richten we ons op het bereiken van de jongere doelgroepen. Hierbij sluiten we aan op hun leefwereld door de vragen die jongeren hebben voor te leggen aan experts en ervaringsdeskundigen.*

Kamervragen

01-04-2020

Fractie: CDA

Kamerlid: Pieter Heerma

Vraagnr:

Q: Hoe staat het met de influencers om jongeren te bereiken?

- Vanuit de publiekscampagne worden social influencers ingezet om jongeren te bereiken.
- Sinds 30/3 posten 10 influencers posts en/of story's.
- Zij besteden aandacht aan de handelingsperspectieven (blijf zoveel mogelijk thuis, houd 1,5 meter afstand, was je handen).
- Ook laten zij zien hoe zij hun tijd thuis invullen en roepen zij anderen op dit te delen.

- Zij doen dit namens de campagne 'Alleen samen krijgen we corona onder controle' en gebruiken #alleensamen.
- Op instagram staan inmiddels meer dan 500 berichten met #alleensamen.

01-04-2020

Fractie: Forum voor Democratie

Kamerlid: Baudet

Vraagnr:

Q: Hoe zijn de social influencers geselecteerd? Ontvangen zij een vergoeding?

De social influencers zijn geselecteerd op basis van:

- Hun enthousiasme en affiniteit met het onderwerp.
- Het bereik dat zij kunnen realiseren binnen de doelgroep jongeren (14-19 jaar).
- Een goede spreiding over diverse subdoelgroepen (o.a. leeftijd, geslacht en etnische achtergrond).
- Zij ontvangen hiervoor een vergoeding. Deze ligt een stuk lager dan wat hier gebruikelijk voor in rekening wordt gebracht. De influencers hebben vanwege de coronacrisis een lager tarief gehanteerd.
- Naast de betaalde influencers zien we ook een aanzienlijke groep jongeren die op eigen initiatief online communiceert met #alleensamen.