

Campagne-effectmonitor coronavirus 13 mei gekoppeld aan model

Door: RIVM Corona Gedragsunit - Werkpakket 8: Communicatie

(10)(2e) (10)(2e) (10)(2e)

(10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e)

Kenmerk 08.08 | 15-05-2020

Algemene opmerkingen

- Let op: dit onderzoek is gebaseerd op 600 respondenten per week, dus conclusies moeten met voorzichtigheid geïnterpreteerd worden (dus ook geen uitspraken als "zoveel % van de Nederlanders..."). Ook geen informatie genoemd over sample (is het representatief? Is er gewogen? Elke week dezelfde respondenten? Ook nergens per vraag n genoemd. Ook is een gemis dat de letterlijke vragen er niet bij vermeld staan; dat maakt de interpretatie lastig.
- Belang van communicatie: voor maar liefst 23% van de Nederlanders die de maatregelen niet naleven is de reden dat ze het vergeten (p.19)

Gedrag

- Volhouden gedragsregels:
 - Men houdt zich minder strikt aan de 1,5m afstand (p.9)
 - Supermarkt: De daling van het aantal mensen dat aangeeft dat afstand houden in supermarkt lukt, zet door (p.31)
 - Op straat: Op straat heeft men minder vaak het gevoel dat anderen zich aan de 1,5 meter afstand houden (p.32)
 - Trend dat minder mensen thuisblijven zet verder door (p.12)
 - Handen wassen wordt steeds minder strikt nageleefd (p.16)

Determinanten van gedrag

1a Risico inschatting

- Bekendheid van maatregelen:
 - 1,5 m afstand houden: gelijk gebleven
 - Thuis blijven: ingezette daling zet voort
 - Handen wassen: gelijk gebleven
- Daling van risicoperceptie zet niet verder door (p.30)
 - Kans om besmet te raken
 - Kans om ernstig ziek te worden of te overlijden

1b Effectiviteit response

- Licht dalende trend dat afstand houden als minder belangrijk wordt gezien blijft nu stabiel (p.7)
- Licht dalende trend dat thuis blijven als minder belangrijk wordt gezien blijft nu stabiel (p.10)
- Perceptie van belangrijkheid handen wassen blijft stabiel (p.14)

1c (Sociale) barrières & Self-efficacy

- Dalende trend van ingeschatte haalbaarheid 1,5m afstand houden stabiliseert (p.8)
- Dalende trend van ingeschatte haalbaarheid thuis blijven stabiliseert (p.11)
- Handen wassen blijft net zo haalbaar en makkelijk (p.15)
- Overtuiging om alle maatregelen vol te kunnen houden neemt af (p.17)
- Naasten willen zien is voor bijna een kwart van de mensen een reden om de maatregelen niet na te leven (p.19)

1d Cue tot actie

-

2a Motieven voor volhouden

- Afname motivatie om afstand te houden zet niet door (p.7)
- Afname motivatie om thuis te blijven zet niet door (p.10)
- Motivatie voor handen wassen blijft stabiel (p.14)
- Het beschermen van de eigen gezondheid en die van anderen zijn de voornaamste redenen om de maatregelen na te leven

2b Zelfregulatie

-

2c Gewoontes

- Voor maar liefst 23% van de Nederlanders die de maatregelen niet naleven is de reden dat ze het vergeten (p.19) → belang van communicatie!

2d Capaciteit

- Twee derde van de mensen heeft vaker een negatief gevoel, of minder vaak een positief gevoel in vergelijking met voor de coronacrisis (p.24)
- Een frisse neus halen is de bekendste manier om je beter te voelen (p.25)
- Een frisse neus halen blijft wat veruit het meest wordt gedaan door mensen om zich beter te voelen (p.27)
- Er is evenveel begrip voor mensen die zich door de coronacrisis minder goed voelen (p.26)

2e Omgeving & Sociale invloeden

- Een grote meerderheid van de mensen onderneemt geen actie om anderen te stimuleren om de maatregelen na te leven (p.20)
- Evenveel mensen vinden dat de overheid voldoende en de juiste maatregelen neemt en daar goed over informeert (p.33)

