

Mobiliteit in de anderhalvemeter-samenleving na opening opvang en basisscholen

Debrief

Van: Roorda/Tabula Rasa en BKB
Voor: Ministerie van IenW
Datum: 29 april 2020

Aanleiding

Na de meivakantie (maandag 11 mei) gaan de basisscholen en kinderopvang weer open. Dat betekent: meer kinderen, ouders en personeel onderweg. Dat is verantwoord, mits iedereen zich ook op straat dan nog blijft houden aan de 1,5m afstandsregel en niet onnodig de straat op gaat, of van het OV gebruik maakt.

Vraag aan Roorda/Tabula Rasa en BKB

Het ministerie van IenW vraagt om een campagne en communicatiemiddelen die mensen stimuleren zich ook in het verkeer aan de coronamaatregelen te houden. De campagne valt onder de vlag van de landelijke Alleen-samencampagne.

Doelen

Stimuleren dat mensen zich ook na de opening van scholen en opvang blijven houden aan de maatregelen:

- Houd 1,5m afstand, ook als je naar school loopt of fietst
- Reis alleen met het OV als het niet anders kan. Houd je aan de 1,5m afstand.
- Blijf thuis als je ziek bent.

Doelgroep

- Ouders van kinderen van 0-12 jaar
- Mensen die werkzaam zijn in het basisonderwijs of kinderopvang
- Schoolbesturen
- Gemeenten
- (ouders van) jongeren 13-18

Kernboodschap

Na de meivakantie (maandag 11 mei) gaan de basisscholen en kinderopvang weer open. Dat betekent: meer ouders, kinderen en personeel onderweg. Hoe doen we dat in het verkeer? Denk tijdig na hoe je kind naar school of de sportvereniging kan reizen. Als je fietst of wandelt: houd 1,5 meter afstand. Wacht achter elkaar bij het stoplicht. Reis niet met het OV, tenzij het echt niet anders kan. En blijf thuis als je ziek bent.

Strategie

Dit is de eerste stap vooruit om uit de 'intelligente lockdown' te komen. Mobiliteit neemt nog verder toe als middelbare scholen straks ook opengaan en er meer sectoren weer aan het werk mogen. De aanpak die we voorstellen, houdt hier al rekening mee.

Er zijn mobiliteitsprotocollen opgesteld voor het naar school of opvang brengen van kinderen. **[NB die hebben we niet gekregen. Zou wel handig zijn]**. Ouders worden opgeroepen om zoveel mogelijk lopend of op de fiets de kinderen te brengen. Daarnaast blijft het dringende advies: mijd het OV, tenzij het echt niet anders kan. En houdt altijd 1,5m afstand, ook op de fiets of in het OV. Deze boodschap blijven we herhalen. Vooral ook door een **diversiteit aan goede voorbeelden** te laten zien, waardoor het de **sociale norm** versterkt dat iedereen zich aan de regels houdt.

Als straks meer mensen rond dezelfde tijd op straat zijn, kunnen er bottlenecks ontstaan waarin het lastig is om 1,5m afstand te houden. We willen in de campagne duidelijke **handelingsperspectieven bieden voor die lastige situaties**. Bijvoorbeeld:

- Stoplichten. Daar is het handelingsperspectief: wacht achter elkaar.
- School/opvang: ouders brengen en halen kinderen op ongeveer hetzelfde moment. Om problemen te voorkomen, moeten ouders **ruim voor 11 mei** nadenken hoe ze hun kind naar school brengen. Kunnen ze bijvoorbeeld met kinderen uit de buurt meelopen? Of is het mogelijk hen op de hoek bij school af te zetten en op te halen, om zo de drukte voor school te verminderen? Kun je drukke fietsroutes vermijden?
- Sportclubs: voor jongeren tot 18 jaar: fiets niet in groepen naar of van de sportclub.

Belangrijk is het handelingsperspectief helder te houden. In de briefing staan zoveel verschillende handelingsperspectieven, tips en aanwijzingen dat het verwarrend wordt. Beter is het om te beperken tot de meest zinvolle, te zorgen dat mensen die kennen zodat dat automatisch gedrag kan worden.

Uit de peilingen blijkt dat mensen langzaam de teugels laten vieren en zich minder strikt aan de gedragsregels houden¹. De weerstand tegen de maatregelen neemt toe, en mensen vinden het moeilijker om het vol te houden. We kunnen daarom niet volstaan met het herhalen van de gedragsregels op posters. Dat kon in de beginfase van de campagne nog wel omdat toen het urgentiegevoel extreem hoog was.

Als na 11 mei de bewegingsvrijheid wordt vergroot, is het extra belangrijk om **begrip te tonen** voor de lastige situatie. En goed te **motiveren** waarom we ons aan de regels moeten blijven houden om het virus onder controle te krijgen. **Inspirende voorbeelden** van ouders en scholen die laten zien dat het – ook in een drukke stad – mogelijk is om je hieraan te houden, helpen om de weerstand te verminderen.

Strategische pijlers Alleen-samen toegepast op meer verkeer door opening scholen en opvang

De strategie zoals hiervoor is besproken past naadloos in de vier pijlers voor de Alleen-samen campagne.

¹ Campagne-effectmonitor Coronavirus 29 april 2020.

1. *Goed voorbeeld doet goed volgen*

Kenmerkend voor Alleen-samen is dat we in uitingen veel goede voorbeelden laten zien met een diversiteit aan mensen en locaties zodat het voor iedereen herkenbaar is (oa voorbeelden van een ouder die kinderen naar school brengt, mensen die achter elkaar wachten voor het stoplicht; een rij wachtende ouders op 1,5 m afstand).

Kinderen naar school brengen is sterk gewoontegedrag. Daarom is het belangrijk reminders voor het gewenste gedrag ook te plaatsen daar waar je dat gedrag graag wil. Dus op fietspad, bij stoplichten, bij school. Maar ook bij OV-haltes en in OV-apps en -sites.

2. *Nut maatregelen versterken*

Motiveren waarom het belangrijk is de maatregelen vol te houden, helpt niet alleen ouders en kinderen, maar ook de scholen om de richtlijnen te volgen en ouders hierop aan te spreken.

Als iedereen zich aan de maatregelen houdt en het virus verspreid zich minder snel, dan is dit de eerste stap op weg naar meer bewegingsvrijheid voor iedereen.

3. *Begrip voor de moeilijke situatie → copingstrategieën*

Om weerstand te verminderen is het belangrijk te onderkennen dat het een lastige tijd is. Maar gelukkig kunnen we nu een stapje vooruit doen: de scholen en opvang gaan open (dit is een mijlpaal). Dit kan echter alleen slagen als iedereen zich aan de 1,5m afstand blijft houden, ook in het verkeer. En als je ziek bent: blijf thuis.

Bied oplossingen voor lastige situaties (zie hiervoor).

4. *Saamhorigheidsgevoel versterken*

We doen het heel goed tot nu toe. Hou dit vol! Benut ook de kracht in de samenleving door oplossingen te delen. Inspirerende voorbeelden van scholen en ouders versterken het gevoel dat we het met elkaar moeten doen.

Communicatiemiddelen en acties

- Volgende week (week 19): Stimuleren dat ouders nu al nadenken over hoe hun kind vanaf 11 mei veilig naar school gaat.
Middelen: radio, social en PR
- De uitwerking van middelen volgt de (beeld)taal van de Alleen Samen-campagne, en brengt de reis naar school of opvang herkenbaar in beeld.
- Handelingsperspectieven en goede voorbeelden willen we in beeld (video, fotografie) brengen. Naast het goede voorbeeld (een ouder brengt meerdere kinderen naar school) en tonen we hoe je om kan gaan met lastige situaties (bij een stoplicht achter elkaar wachten). Deze beelden zijn bruikbaar in bijvoorbeeld tv, online video, social media, afbri's/posters en advertenties (inzet



afhankelijk van budget).

- Motivatie versterken via persaanpak. Door nut in van de maatregelen te combineren met tips/goede voorbeelden, en dit te verspreiden via vrije publiciteit (regionale dagbladen) en eventueel branded content.
- Reminders voor de maatregelen (het protocol) en het gewenste gedrag op relevante plaatsen (langs voet- en fietspaden, op straat, bij stoplichten/oversteekplaatsen, rondom school, in OV-apps en -sites voor zover daar nog geen waarschuwing staat).
- Toolkit met materiaal zodat gemeenten, verkeersregio's en scholen zelf aandacht aan het onderwerp kunnen besteden.
 - Zowel het handelingsperspectief in beeld als reminders voor de maatregelen en het gewenste gedrag.
 - Zowel middelen voor online als offline gebruik.
 - We beperken de variatie van middelen (en vermijden verschillende formaten en versies). Ervaring met eerdere coronacampagnes leert dat dit leidt tot verwarring en verkeerd gebruik van middelen.
 - Gemeenten, veiligheidsregio's en NKC (via nieuwsbrief) zetten we in als intermediair voor de verspreiding van de toolkit en materialen.