



Ministerie van Volksgezondheid,  
Welzijn en Sport

MT RDO – inzake CoronaMelder-App

## memo

Communicatie Strategie CoronaMelder 2021

### Directie Communicatie

**Bezoekadres:**  
Parnassusplein 5  
2511 VX Den Haag  
T 070 340 79 11  
F 070 340 78 34  
Postbus 20350  
2500 EJ Den Haag  
www.rijksoverheid.nl

### Inlichtingen bij

5.1.2e  
5.1.2e  
5.1.2e @minvws.nl

**Datum**  
10 februari 2021

**Bijlage(n)**  
1

**Aantal pagina's**  
2

### Achtergrond

De CoronaMelder-app is sinds de landelijke lancering op 10 oktober 2020 in totaal zo'n 4,5 miljoen keer gedownload (zo'n 26% van de Nederlandse bevolking), en 96% zegt ook CoronaMelder te blijven gebruiken. Aanvullend zegt 13% van de bevolking het nog te willen gaan gebruiken, en staat 18% er neutraal tegenover. Verder blijkt dat de bekendheid van CoronaMelder groot is (88,7% kent de app). Met de komst van besmettelijkere mutaties (bijv. Britse variant) is het belangrijk om de adoptiegraad naar een hoger niveau te tillen.

Gelet op bovenstaande ligt het niet voor de hand om wederom een grote massa mediale campagne te gaan voeren. Maar is het de wens om als aanvulling op de huidige campagne via kleinschaligere middelen specifieke doelgroepen directer te gaan benaderen.

Daarop hebben we de aangesloten bureaus de vraag gesteld;

- Ontwikkel een communicatiestrategie en bijpassende campagneconcepten als volgende fase in de CoronaMelder-campagne, die zich in het bijzonder richt op jongeren (15-24) en lageropgeleiden (basisopleiding t/m VMBO-opleiding), daar bij deze doelgroepen de adoptiegraad het laagste is. De campagne heeft tot doel de adoptiegraad te verhogen, mensen te informeren over de app en misverstanden weg te nemen.
- Gebruik makend van korte 'interventies' die telkens in een periode van 2/3 maanden gerealiseerd en uitgevoerd kunnen worden en een combinatie bevatten van paid/owned/pr.

### Kernboodschap

Vaccinatie is volop aan de gang, maar het virus is er nog altijd. Met de komst van besmettelijkere varianten is het juist nu belangrijk om alert te blijven en vol te blijven houden. Alleen als we nieuwe besmettingen snel ontdekken, kunnen we elkaar blijven beschermen en stap voor stap terug naar een normaal leven. Download daarom de CoronaMelder app.

De CoronaMelder-campagne willen we wederom voeren onder de Alleen Samen vlag. Omdat deze wordt gezien als een betrouwbare afzender / autoriteit. En tevens sluit het doel van CoronaMelder inhoudelijk aan bij het doel van Alleen Samen.

Tone of voice: positief, perspectief gevend, maar wel aanspreken op eigen verantwoordelijkheid

"Juist nu we stap voor stap terug naar een normaal leven gaan moeten we alert blijven. Download daarom de CoronaMelder app".

**Strategie**

In deze aanpak staan drie pijlers centraal in de communicatie;

- Draagvlak voor de app vergroten
  - o Blijven communiceren over het doel, uitleggen hoe de app werkt en zorgen over de app serieus nemen, empathie tonen en weerstand verminderen
- Zoveel mogelijk mensen downloaden de app
  - o Inspelen op identiteit en intrinsieke motivatie. Daarbij geven een diversiteit aan motivaties waarom mensen de app downloaden en bekrachtigen we positief gedrag<sup>1</sup>
  - o Gebruik maken van herkenbare 'gewone' rolmodellen, online, in de regio, op hun werk etc. als social beïnvloeding<sup>2</sup>
- Communiceer over de gebleken effectiviteit van de app
  - o Gebruik maken van de descriptieve norm<sup>3</sup> maar vermijden van teveel ingaan op anders uitlegbare cijfers. We geven mensen het gevoel dat de eigen bijdrage belangrijk is en dat de app ook bij een lage adoptiegraad al succesvol is. Daarom geen download percentages noemen, maar **'elke download telt'**.

Directie Communicatie

Datum  
25 januari 2021

Om relevant te blijven met onze boodschap koppelen we de communicatie omtrent CoronaMelder aan specifieke versoepelingen of maatregelen.

Zoals gezegd gaan we niet massa mediaal communiceren maar gaan we over CoronaMelder communiceren daar waar gebruik relevant is (waar mensen – doelgroepen - samenkomen) en tevens faciliteren we het downloaden (QR-codes, ondersteuning door personeel/aanwezigen). Bijvoorbeeld in de supermarkt (gepaard met QR-code dat je die kan downloaden), sportschool, op scholen, op de werkvloer, enz.

**Timing**

CoronaMelder werkt (vooral) wanneer mensen met elkaar in contact komen. Daarom stellen we voor om de campagne te starten wanneer versoepelingen worden doorgevoerd. Dit vermijdt tegenstrijdige boodschappen: "*blijf thuis*" wat contact ontmoedigt versus "*gebruik de app zodat je weet wanneer je in contact bent gekomen met een besmet iemand*".

**Vraag aan MT:** Zijn jullie het eens met de gekozen communicatiestrategie?

**Vraag aan MT:** Zijn jullie akkoord om op basis van deze strategie de aanpak en uitwerking op te starten en daarmee een vervolg te geven aan de campagne inzake CoronaMelder?

Met vriendelijke groet,  
Communicatie team CoronaMelder

5.1.2e  
5.1.2e  
5.1.2e  
5.1.2e

**Bijlage:**

- 20210201 Strategie CoronaMelder 2021\_GB

<sup>1</sup> Bijvoorbeeld bij 5 miljoen downloads bedankje via landelijke PR waarin Nederland bedankt wordt voor het downloaden en het beschermen van elkaar.

<sup>2</sup> Zowel lageropgeleiden als jongeren hebben minder vertrouwen in wat de overheid hun adviseert en volgen meer wat hun directe omgeving vindt en doet.

<sup>3</sup> Download Coronamelder, 4,5 miljoen mensen gingen je voor, ook mensen uit jouw omgeving"