

Amsterdam, zondag 7 juni

Aan: Medewerkers DMO-PACT-ouderenbeleid

Onderwerp: vervolg op de campagne Beeldvorming Ouderen

Allen,

Hierbij een brief met een aantal vragen die ik graag met jullie bespreek met als onderwerp: het vervolg op de campagne *Beeldvorming ouderen*. Zoals jullie bekend heeft de ontwikkeling van deze campagne lange tijd stilgelegen - overigens net als alle andere niet corona-gerelateerde campagnes. Nu het er steeds meer naar uitziet dat we, in de woorden van onze premier: 'corona onder controle hebben', ontstaat vanuit de departementen ook weer de behoefte om de campagnedraad langzaam op te pakken.

Ik begin met een situatieschets: eind april heeft DPC/AZ een stuk opgeleverd met als titel: *richtlijn campagnes na de eerste fase van de coronacrisis*. In dit stuk heeft DPC aan de departementen voorgesteld alle campagnes met een mediabudget boven de ^{(10)(2b)} te prioriteren naar vier categorieën (campagnes met een mediabudget onder de ^{(10)(2b)} waren gewoon vrij om te voeren):

1. campagnes gericht op het inperken van het coronavirus – deze campagnes hebben voorrang op alle andere campagnes;
2. campagnes die de directe maatschappelijke gevolgen van het coronavirus betreffen (denk aan economie, schuldenproblematiek, huiselijk geweld) – deze campagnes hebben voorrang op de overige campagnes;
3. campagnes die gericht zijn op vitale processen en inwerkingtreding wet- en regelgeving;
4. alle overige campagnes.

Voorstel was om de campagnes onder 1 t/m 3 voorrang te geven en voor categorie 4 een campagneprogramma te maken voor het komend half jaar.

Op verzoek van DPC hebben de campagnemanagers van DCo een stuk opgeleverd waarin wij zelf een voorschot hebben genomen op deze prioritering. De andere departementen hebben dat ook gedaan voor hun eigen campagnes. Het zal je niet verbazen dat de VWS campagnemanagers vinden dat een belangrijk deel van de campagnes in categorie 2 thuishoort. Denk dan aan huiselijk geweld, stoppen met roken, matig alcoholgebruik, depressie. Allemaal onderwerpen die zijn verergerd door de situatie (zie daarvoor ook de resultaten van het RIVM-onderzoek over gedrag). Maar ook voor de campagne Ik Zorg geldt dat er een direct maatschappelijk gevolg is, immers zorgpersoneel behouden is nog belangrijker dan voorheen.

Voor de drie campagnes waar ik nog voor de crisis als campagnemanager mijn tanden in heb gezet, geldt hetzelfde. Gevoelens van eenzaamheid is door de coronacrisis bij veel ouderen, maar ook jongeren, versterkt; mantelzorgers hebben het door de situatie moeilijker dan voorheen, omdat ze er helemaal alleen voor staan, en hebben dus ook meer behoefte aan hulp; de beeldvorming rond ouderen heeft als gevolg van de crisis een knauw gehad. Daarover later meer.

DPC was het met onze indeling niet eens. Zij vonden dat we teveel campagnes onder de eerste twee categorieën hadden geplaatst en hebben toen in hun advies naar de CRC een andere indeling gemaakt. Mede omdat zij vanuit hun rol denken aan een eerlijke verdeling onder de departementen en niet zo zeer in de onderwerpen die nu het meeste aandacht behoeven. Mantelzorg en EtE vallen wel in categorie 2, Beeldvorming ouderen

niet (categorie 4). Daarbij moet ik aangeven dat voor de eerste twee geldt dat we er een flinke coronadraai aan hebben gegeven. Voor de mantelzorgcampagne was dat makkelijk, omdat daar al veel voor in de steigers stond en we eigenlijk alleen de nieuwe context hoefden toe te voegen – jonge mantelzorgers hebben het zwaar en in deze tijd nog veel zwaarder. Voor EtE geldt op dit moment dat we een nieuwe briefing hebben geschreven, waarin de crisiscontext zichtbaar is gemaakt. We hebben het bureau gevraagd een – vrijwel - geheel nieuwe campagne te ontwikkelen die aansluit bij de eenzaamheid die is ontstaan door het sociale isolement waarin veel ouderen door het virus nu verkeren – voor 'beeldvorming ouderen' waren we nog niet zo ver.

Punt is dat de gezamenlijke departementen hebben aangegeven in het totaal **70** campagnes te willen gaan voeren, waarvan een groot deel nu valt in categorie vier. Dat zijn er voor het komend half jaar veel te veel. Dan overspoelen we de samenleving met allemaal Rijksoverheid-beleidsonderwerpen. DPC heeft die indeling voorgelegd aan de CRC en voorgesteld alle campagnes die in categorie vier vallen on hold te zetten.

In de vergadering van afgelopen donderdag 4 juni heeft de CRC dit voorstel **afgewezen**. Ik citeer uit een mail van onze vertegenwoordiger uit de CRC:

Tijdens het overleg was er veel discussie over de categorisering van de campagnes. Veel departementen vonden, net als VWS, dat hun eigen campagnes in een hogere categorie thuishoren.

De CRC wil op basis van het DPC-voorstel (cc) nog geen beslissing nemen over de categorisering en jaarplanning van de campagnes. Daarom komt op verzoek van de CRC, DPC in de CRC van 2 juli met een nieuw voorstel met een overzicht van alleen de campagnes met een budget van (10)(2b) euro en hoger, ingedeeld in categorieën en voorzien van een planning op weekbasis.

Ondertussen kunnen departementen verder met de voorbereiding van de andere campagnes, maar of zij daadwerkelijk doorgang kunnen vinden, hangt af van besluitvorming in de VoRa. Vooralsnog geldt onverkort de [VoRa-richtlijn van 26 maart](#).

Verzoek om uiterlijk donderdag 11 juni budget en planning van (10)(2b) plus-campagnes aan te leveren bij DPC ((10)(2e) @minaz.nl). DPC stelt het op prijs ook meer zicht te krijgen op de planning en het budget van campagnes tussen de (10)(2b) euro.

Kortom, er is over beeldvorming ouderen nog geen beslissing genomen. Die beslissing hangt grotendeels af van wat ons voorstel wordt. Daarbij zit ik met een paar dilemma's die ik graag met jullie op zo kort mogelijk termijn wil bespreken:

- 1) Het is altijd verstandig om eerst onderzoek te doen voor je met een stelling komt, maar deze durf ik wel aan: het beeld dat vooral jongeren, maar ook veel mensen uit de tussenleeftijd van ouderen hebben is 'verslechterd' als het gaat om wat onze doelstelling was: ouderen neerzetten als mensen die nog een zinvolle bijdrage kunnen leveren en daarom ook een gelijkwaardige rol in de samenleving verdienen. Het gaat nu al drie maanden over dat we al deze maatregelen in acht moeten nemen voor de ouderen en zwakkeren in de samenleving. Steeds maar weer in één adem benoemen van *zwakkeren en ouderen* beïnvloedt het beeld dat die twee eigenlijk aan elkaar verbonden zijn: ouderen zijn per definitie zwak.
- 2) De coronacrisis heeft de leeftijdsgroepen nog sterker tegenover elkaar gezet. Jongeren die ogenschijnlijk weinig last hebben mochten ze Covid-19 krijgen, moeten veel opofferen om de ouderen in de samenleving te beschermen. Steeds vaker wordt de vraag gesteld of dit wel eerlijk is en niet op een andere manier kan worden opgelost (ouderen blijven thuis, jongeren gaan door met hun leven en bouwen groepsimmunitet op, bijvoorbeeld). Ik heb serieuze filmpjes gezien waarin jonge mensen de stelling verdedigen dat deze situatie zo gevaarlijk en

slecht is voor de economie, dat het gerechtvaardigd is die ouderen en zwakkeren het gevaar te laten lopen aan Covid-19 te overlijden om de economie te redden. Anders komen er weer op een andere manier mensen te overlijden, is dan het argument.

- 3) de campagne zoals nu vormgegeven sluit niet aan bij bovengenoemde problematiek. De situatie vereist een nieuwe insteek voor de campagne, waarbij het sterk de vraag is waar die campagne dan precies over moet gaan. Hoe ga je dit ontstane beeld pareren? Met welke argumenten? Het is mi nu veel lastiger om hier een reële draai aan te geven dan aan de andere twee oudere campagnes.
- 4) Daarnaast speet nog een aantal punten mee: de campagne was vooral op verzoek van de CU. Hoe belangrijk wordt het voeren van deze campagne door beleid (en vooral door de minister) nog gevonden? Daarnaast komen we ook steeds dichter tegen de verkiezingen aan en heeft deze campagne in verhouding tot andere onderwerpen een nogal propagandistisch karakter. Er zijn geen duidelijke handelingsperspectieven en het onderwerp lijkt zich meer voor een beweging dan voor een campagne te lenen.

Graag zou ik met jullie hier over van gedachten wisselen. Ook omdat ik donderdag a.s. al moet aangeven of we deze campagne nog gaan voeren, waarbij ik ook iets moet zeggen over de context: wordt het een echte coronacampagne en wat wordt dan de insteek. Het is kort dag, maar ik hoop dat we hier dinsdag nog over kunnen spreken.

Groet,

(10)(2e)

PS: Voor 'Deel je zorg' en EtE geldt dat ze ingedeeld zijn in categorie 2, dus de uitwerking van deze campagnes kan zonder verdere bemoeienis van de CRC/VoRa doorgaan. Voor mantelzorg geldt dat we inmiddels de jongeren campagne hebben gevoerd en dat was een groot succes. We hadden mooie aandacht in onder andere De Telegraaf, 1Vandaag en OP1. We gaan nu verder met de ontwikkeling van de campagnes voor werkenden en oudere mantelzorgers. Voor EtE geldt dat er nu een briefing bij DOT ligt. Ik verwacht volgende week een debrief te kunnen delen. Plan is om nog begin juli een campagne gereed te hebben.