



Beslispunt: juridische (herstel)punten

- **Cricket opnemen in de lijst van topsportcompetities**
 - Er is een omissie opgetreden in de lijst van topsportcompetities die in de regeling zijn opgenomen. Per abuis is in deze lijst cricket weggevalen, terwijl hier ook (mannen en vrouwen) teams actief zijn in de hoogste klassen van deze sport. In de weg naar besluitvorming was cricket opgenomen in de lijst van topsportcompetities, maar deze sport is niet terecht gekomen in de uiteindelijke regeling.
- **Expliciteren bestaande uitzondering groepsvormingsverbod openbare plaatsen voor openbaar vervoer en ander bedrijfsmatig personenvervoer:**
 - De eerdere reparatie om woongedeeltes van voer- en vaartuigen van het groepsvormingsverbod dat op openbare plaatsen geldt uit te zonderen, kan vragen oproepen over wat geldt voor OV en ander bedrijfsmatig personenvervoer. Een expliciete uitzondering is daarom gewenst.



Nationaal Coördinator
Terrorismebestrijding en Veiligheid
Ministerie van Justitie en Veiligheid

ACC210322G

Communicatieadvies

Publiekscommunicatie en gedrag

Bevorderen bewustwording over en naleving van de basisregels

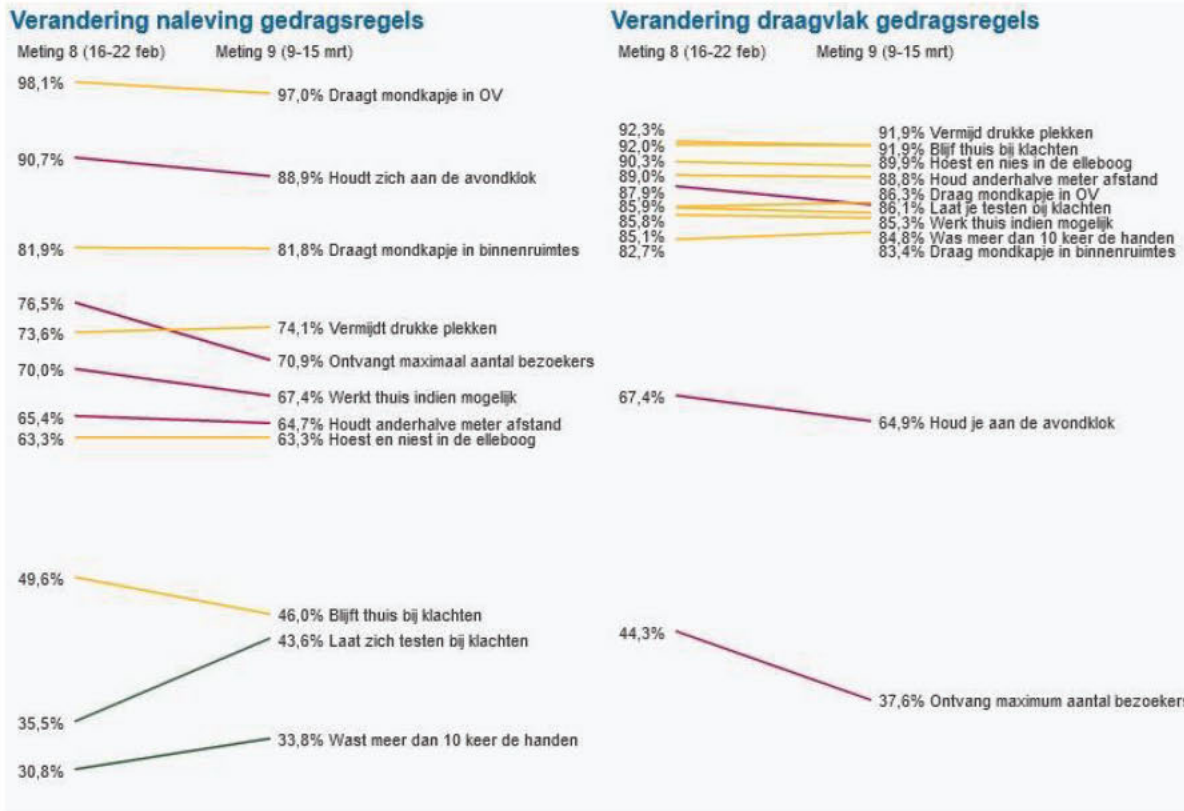
NKC

22 maart 2021

NCTV



Analyse: draagvlak en naleving



- Naleving daalt bij 4 van de 11 gedragsregels
- Vooral naleving 1 bezoeker daalt
- Naleving stijgt bij testen en bij handen wassen
- Draagvlak daalt bij 3 van de 11 gedragsregels: aantal bezoekers, avondklok en testen bij klachten

Bron: RIVM Corona gedragsunit



Analyse

- > Het naleven van de basisregels blijft, los van (tijdelijke) maatregelen, voor langere tijd nodig om verspreiding van het virus tegen te gaan.
- > Inzicht uit RIVM gedragsonderzoek naar versoepelingen zomer 2020: als er snel en zichtbaar wordt afgeschaald, neemt opvolging van de basisregels direct af met alle gevolgen van dien. Dit gaat samen op met een afname in de ervaren dreiging van het virus.
- > Juist nu snel de meest kwetsbare mensen gevaccineerd worden en de samenleving zich stapje voor stapje meer opent, blijft het naleven van de basisregels van groot belang. Ook als iemand al gevaccineerd is.
- > De weg uit deze crisis is er een waarbij vaccineren, testen (bij klachten en om de samenleving te openen), maatregelen en naleving van de basisregels hand in hand gaan.
- > Advies gedragsunit: kies een heldere 3-slag: bevordert naleving.
- > Advies OMT/RIVM handen wassen, 1,5 meter afstand en testen zijn de basisregels met de meeste winst. Andere basisregels blijven natuurlijk van kracht.



Basisregels: 3 clusters

| Cluster | Basisregels | Verdieping |
|----------------|--|--|
| Wassen | Was je handen | Wanneer Hoe |
| | Hoest en nies in je elleboog | |
| | Schud geen handen | |
| | Raak je gezicht zo min mogelijk aan | |
| | Draag een mondkapje waar dat verplicht is | Waar Hoe |
| Afstand | Houd 1,5 meter afstand | Wanneer Waar |
| | Vermijd drukke plekken | Hoe Bereid je voor |
| | Werk thuis | Wanneer (niet) Hoe |
| | Beperk je bezoek | |
| Testen | Laat je testen bij (milde) klachten | Welke (milde) klachten? Afspraak maken |
| | Blijf thuis als je (misschien) corona hebt | Wanneer Hoe |




Advies: intensiveren communicatie basisregels

- > Combinatie van 3 C's is voorwaarde voor effectieve interventies.
- > Advies OMT/RIVM: handen wassen, 1,5 meter afstand en testen en thuisblijven zijn basisregels met meeste effect.
- > Inzicht geven in verspreiding van het virus en wat je zelf kunt doen: de belangrijkste regels zijn makkelijk en ze werken.
- > Basisregels clusteren tot makkelijk te onthouden 3-slag bevordert naleving: Wassen – Afstand – Testen.
- > Breed uitzetten: algemeen en via lokale partners, sectoren en gemeenschappen voor bereiken minder makkelijke doelgroepen.
- > Aanpak die zelfovertuiging en commitment stimuleert: Waarom zijn de basisregels juist nu belangrijk?
- > Naleving basisregels ondersteunen door breder narratief van de NL aanpak: vaccineren + (thuis)testen + basisregels = Alleen samen maken we meer mogelijk.








3 C's interventies: handen wassen

| | Bevorderende en belemmerende factoren Inzichten uit RIVM onderzoek | Interventies | Voorbeeld |
|--|---|---|--|
|  Context Omgeving aanpassen (zowel fysieke als sociale omgeving) | Mensen geven aan het lastig te vinden om de handen volgens de richtlijnen te wassen. Mensen wassen hun handen vaker als het makkelijker is. | Zorg voor toegankelijke en gemakkelijke mogelijkheden om de handen te wassen. ■ ■ Maak het gedrag makkelijker: reminders door visuele signalen in de omgeving op punten waar gedrag plaats moet vinden. ■ | Plek om handen te wassen dichtbij keuken of toilet. Adviseer dat zeep en papieren doekjes makkelijk beschikbaar en zichtbaar moeten zijn in huis om handen wassen makkelijk te maken. Aandachtspunt: gaat uit van een aanwezige positieve intentie om de handen te wassen. |
| | De sociale norm (wat ziet men anderen doen?) voor nauwgezet 20 seconden handen wassen is relatief laag, terwijl het draagvlak hoog is. Mensen geven vaker aan hun handen te wassen als zij zien dat anderen in hun omgeving dit ook doen. | Positioneer de locatie om de handen te wassen op een openbare en zichtbare plek. ■ ■ | Herinner mensen eraan dat zij de handen moeten wassen bij thuiskomst of op visite: plaats bijvoorbeeld een herinneringssticker of handpompje bij de ingang van een huis. Zet in op plaatsen waar het nog niet duidelijk is dat handen gewassen moeten worden. Aandachtspunt: zet in op plaatsen waar het nog niet duidelijk is dat handen gewassen moeten worden. Gebruik bij openbare toiletten visuele signalen zoals pijlen naar wastafels. |
| | Communicatie Mensen geven vaker aan hun handen te wassen als zij denken dat het helpt, als zij het erg zouden vinden om iemand te besmetten en wanneer zij meer emotionele dreiging ervaren (bijv. het virus voelt dichtbij, verspreidt zich snel). De meeste Nederlanders lijken al overtuigd dat de maatregel effectief is. | Zet in op sociale normen. ■ Gebruik persuasieve boodschappen met autoriteit en sociaal bewijs: Wat doen en vinden anderen? ■ | Maak duidelijk dat de meeste mensen dit een goede en nuttige maatregel vinden. Aandachtspunt: laat zien dat de meerderheid van de mensen zich volgens de norm gedraagt en dat zij de minderheid van de mensen die bewust afwijkt afkeuren. Benadruk op openbare handenwasgelegenheden dat experts of gerespecteerde personen handenwassen aanbevelen, of dat andere mensen correct hun handen wassen. Aandachtspunt: de boodschap moet van een vertrouwde bron komen, bevat argumenten en wordt herhaald. |
| Communicatie | | Benadruk de effectiviteit van handen wassen bij thuiskomen en op bezoek gaan. ■ Herinner mensen aan wat belangrijke situaties zijn om handen te wassen. ■ Stimuleer het maken van 'als-dan' plannen. ■ | Communiqueer dat handen wassen de kans verkleint dat je een naaste besmet. Aandachtspunt: de boodschap moet mensen laten begrijpen hoe handen wassen helpt in het terugdringen van het aantal besmettingen en hoe effectief dat is. Blijf herhalen wat, wie, waar, wanneer, hoe, waarom. |
| | Controle | - | - |
| | | - | - |



3 C's interventies: Afstand houden

| | Bevorderende en belemmerende factoren Inzichten uit RIVM onderzoek | Interventies | Voorbeeld |
|--|---|---|---|
|  Context Omgeving aanpassen (zowel fysieke als sociale omgeving) | Te drukke plekken zorgen ervoor dat het moeilijker is om afstand te houden. Als het moeilijk is om drukte te vermijden en afstand te houden, doen mensen dit minder. | Drukke beheersen. ■ | Reguleer drukte op straat om afstand houden mogelijk te maken, monitor aantallen bezoekers. |
| | | Informeer in 'real time' waar het druk is. ■ | Mensen informeren welke plekken wanneer te druk zijn, en ook waar of wanneer het rustiger is (bijv. via website of app; handelingsperspectief bieden). Aandachtspunt: beschrijf oorzaak en gevolg van verschillende keuzes die persoon nu kan maken (Scenario-based risk information). |
| | | Richt de omgeving zo in dat afstand houden mogelijk en de norm is. ■ | Stimuleer de (lokale) overheid, maar ook ondernemers en burgers (op werk en in hun eigen thuissituatie met bezoek) om de omgeving anders in te richten. Richt de omgeving slim in met cues. Aandachtspunt: vereist duidelijk inzicht in waarom men nu geen afstand houdt op straat, wat zijn de barrières? |
|  Communicatie | Naarmate mensen drukte mijden en afstand houden als minder nuttig zien, doen ze het minder. | Maak nut duidelijk van drukte mijden en afstand houden. ■ | Visualiseer de invloed van maatregelen op de verspreiding van het virus om zo het nut te laten zien van de maatregelen. Aandachtspunt: kan worden gerelateerd aan persoonlijke situatie. |
| | Mensen houden minder afstand van vrienden en familie en gaan er vanuit dat het risico in deze context klein is (ze verwachten dat vrienden/familie niet op bezoek komen met klachten). | Zorg dat men in staat is om drukte te vermijden en afstand te houden. ■ | Bied handelingsperspectieven aan (als situatie X zich voordoet, pas oplossing Y toe). Dergelijke vaardigheden en strategieën kunnen met behulp van rolmodellen gedeeld worden. Aandachtspunt: deze geloofwaardige rolmodellen moeten uit verschillende doelgroepen komen en laten zien dat zij barrières hebben ervaren en overwonnen. |
| | Mensen schatten de sociale norm (mate waarin anderen zich houden aan de drukte vermijden en afstand houden) lager in dan deze lijkt te zijn op basis van gerapporteerd draagvlak en daadwerkelijk gedrag. | Maak duidelijk dat er ook bij bekenden een besmettingsrisico is (o.a. door aannames dat milde klachten veilig zijn). ■ | Help bij herkennen milde klachten. Help mensen bij hoe zij tegen bekenden kunnen zeggen dat ze niet willen dat ze langskomen bij (milde) klachten. Aandachtspunt: zet hierbij voorgenomen intenties in, koppel gedrag aan waarden die men heeft en maak mensen weerbaar tegen sociale druk. Legitimeer de rol waarin men zelf verantwoordelijkheid neemt. |
| | | Maak duidelijk wat de daadwerkelijke sociale norm is. ■ | Ontkracht misconcepties over de sociale norm door de daadwerkelijke (positievere) norm te communiceren. Maak mensen bewust dat wat men op drukke plekken ziet, niet de norm is (veel willen liever niet in drukte zijn en velen vermijden die drukte). Aandachtspunt: laat zien dat de meerderheid van de mensen zich volgens de norm gedraagt en dat zij de minderheid van de mensen die bewust afwijkt afkeuren. |
|  Controle | Te drukke plekken zorgen ervoor dat het moeilijker is om afstand te houden. | Beheers drukte via handhaving en controle. ■ | Handhaven en controleren, reguleer toestroom en/of bezoekersaantallen. |



3 C's interventies: testen en thuisblijven

| | Bevorderende en belemmerende factoren | Interventies | Voorbeeld | | | | |
|---|---|---|---|---------------------|---|---|---|
| Context Omgeving aanpassen (zowel fysieke als sociale omgeving) | Inzichten uit RIVM onderzoek <i>Logistieke redenen worden door 10% van de mensen genoemd als reden om niet te testen (bereikbaarheid testlocatie, beschikbare tijdstippen voor een afspraak).</i> | Maak (duidelijk dat) testen sneller en dichterbij huis (kan) dan voorheen. ■ | Maak (duidelijk dat) testen sneller en dichterbij huis (kan) dan voorheen, en dat de uitslag ook snel bekend is. Aandachtspunt: gebruik concrete informatie passend bij de doelgroep (waar, wanneer testen). | Communicatie | Een klein deel van de mensen vindt dat een test doen hen niet genoeg op zou leveren. | Maak de effectiviteit van (zo vroeg en snel mogelijk) testen duidelijk. ■ | Gebruik visueel communiceren waarom het zo snel mogelijk testen en isoleren bij klachten zo belangrijk is en hoeveel besmettingen dat op termijn kan schelen. Aandachtspunt: gebruik herkenbare beelden die als analogie kunnen dienen bij dit meer onbekende gedrag. Leg uit dat direct laten testen helpt om je te isoleren en het virus dus niet door te geven aan vrienden, familie en collega's. Elke tijdig opgespoorde besmetting kan zo een heel groot aantal besmettingen over 3 maanden voorkomen. Communiceer ook terug aan de bevolking hoeveel besmettingen er middels testen, BCO en isoleren zijn voorkomen. Aandachtspunt: maak de feedback het liefst individueel, koppel het aan de keuzes/het gedrag over de tijd en maak het specifiek. |
| Communicatie | <i>In februari gaf 37% als reden om niet te testen dat zij heel milde klachten hadden, en dat 24% hun klachten nog even wilden aankijken, of hun kans op besmetting met het coronavirus klein vonden (27%).</i> | Help bij het kunnen herkennen van klachten. ■ | Benadruk dat veelvoorkomende (winterse) verkoudheidsklachten, zoals een loopneus, ook symptomen van COVID-19 kunnen zijn en dat testen uitsluitel kan geven. Aandachtspunt: beschrijf de symptomen los om ze beter te helpen onthouden en relateer ze aan de ziekte. Leg uit dat als men eerder negatief getest is met vergelijkbare klachten, dit niet betekent dat latere klachten ook geen COVID-19 kunnen zijn. | | 92% zou het (heel) erg vinden om het virus door te geven aan iemand anders. | Benadruk de collectieve, en niet de individuele motivatie om te testen. ■ | Overweeg het communiceren van de norm dat meer dan 90% het (heel) erg zou vinden anderen te besmetten (en dat zij het op hun beurt weer aan een grote groep doorgeven). Aandachtspunt: laat zien dat de meerderheid van de mensen zich volgens de norm gedraagt én dat zij de minderheid van de mensen die bewust afwijkt afbeuren. |
| | | Maak duidelijk dat ook milde klachten coronasymptomen kunnen zijn en dat zo snel mogelijk later testen in het geval van het coronavirus beter is dan afwachten. ■ | Informeel dat 1/10 van geteste mensen besmet blijkt en dat er dus een reële kans is dat mensen met milde klachten wel besmet zijn. Informeel dat men het meest besmettelijk is op het moment dat men klachten krijgt en dat "even aanzien" – hoe logisch ook in andere situaties – bij COVID-19 niet de juiste aanpak is. Aandachtspunt: na de confrontatie met dit risico moet direct een manier worden geboden om het probleem op te lossen: testen. Benadruk dat het lastig is om zelf te bepalen of een klacht duidt op een COVID-19 besmetting of door een onderliggende aandoening komt. Aandachtspunt: de oorzaak en het gevolg van deze keuze moeten aannemelijk zijn voor de persoon. Het meest effectief is als mensen zelf het scenario schetsen. | | Het blijft voor veel mensen lastig om de inschatting te maken wanneer testen nodig is en symptomen kunnen duiden op COVID-19. | Zorg dat regels helder en duidelijk zijn. ■ | Benadruk veelvoorkomende (winterse) verkoudheidsklachten, zoals een loopneus, ook symptomen van COVID-19 kunnen zijn en dat testen uitsluiting kan geven. Aandachtspunt: beschrijf de symptomen los om ze beter te helpen onthouden en relateer ze aan de ziekte. |
| | | Houd testen op de agenda van de gewone burger. Elke week hebben andere mensen klachten: een effectief communicatiemoment kan een cue zijn tot testen. ■ | Blijf aandacht vragen voor testen Overweeg regelmatig reminders en/of het opsturen van een aantrekkelijke informatieposter die mensen thuis op kunnen hangen die als cue kan dienen. Aandachtspunt: vereist positieve intentie. | | | | |



Redeneerlijn basisregels: waarom juist nu?

- › Het virus verspreidt zich via contact. Als iedereen zich aan de basisregels houdt, ook als men gevaccineerd is, neemt de verspreiding van het virus en dus het aantal besmettingen af.
- › Deze afname hebben we in het voorjaar 2020 gezien. De lijn daalde toen heel snel.
- › Die daling was vooral te danken aan afstand houden, handen wassen en thuisblijven bij klachten.
- › Nu ook grootschalig testen, mondkapjes en vaccineren als extra interventies.
- › Juist nu snel de meest kwetsbare mensen gevaccineerd worden en de samenleving zich stapje voor stapje meer opent, blijft het naleven van de basisregels van groot belang. Ook als iemand al gevaccineerd is.
- › De weg uit deze crisis is er een waarbij vaccineren, testen (bij klachten en om de samenleving te openen), maatregelen en naleving van de basisregels hand in hand gaan.
- › Dan is er sneller meer mogelijk.



Concreet: wat, wanneer en hoe

- > Vanaf 23 maart: start gefaseerde communicatie intensivering basisregels: in speech en overige publiekscommunicatie 3-slag stapsgewijs toevoegen
- > 4 animaties 20 seconden (basisverhaal (hoe werkt besmetting en waarom basisregels) + per cluster basisregel)
 - Betaald en forced (video kan niet weggeklikt of uitgezet worden)
 - 24-3: basisverhaal op videokanalen Talpa, STER, RTL
 - Vanaf 30-3 uitgebreid met video per cluster basisregel (handen wassen, afstand houden, testen en thuisblijven) op videokanalen Talpa, STER, RTL
 - Looptijd tot eind mei
- > Online bannering (4 stuks)
 - Basisregels per cluster contextgerelateerd geplaatst op landelijke nieuwssites
 - Vanaf 23 maart tot eind mei
- > Social posts animaties
 - Vanaf 23 maart tot medio mei
 - Betaald en onbetaald
 - Wifi/geotargeted
 - Maatregelen visuals persconferenties
 - Visual per basisregel: verdiepende info
- > Vanaf 23 maart: Toolkit voor regionale en lokale partners, sectoren en gemeenschappen (bevat video's, banners, social posts, visuals, HAH advertentietekst: in diverse talen, ook laaggeletterden)
- > Vanaf 24 maart: Inzet experttafels lokale samenwerking speciale doelgroepen (migratieachtergrond, lage SES, laaggeletterden) voor verhogen bereik inzet basisregels, ook in aanloop naar en tijdens Ramadan*
- > Radiospots testen en thuisblijven: maanden maart en april op publieke en commerciële radiozenders en online via Spotify
- > TV spots testen en thuisblijven: vanaf 27 maart tot eind april roulerend op kanalen STER, Talpa, AD Alliance
- > Jongerencampagne (Hearst Media, VICE, Slam FM, FunX, StukTV, Scholieren.com)
- > Rijksoverheid.nl/corona



Voorbeelden uitwerking basisregels

Wassen Afstand Testen



Rijksoverheid 8 maart 2021

Geen verdere verruiming lockdown

Vaccinaties bieden perspectief, maar het aantal coronabesmettingen is te hoog. Daarom is er nu geen ruimte voor versoepelingen. **Nederland blijft tot en met zeker 30 maart in lockdown.** Vanaf 16 maart gelden een aantal kleine aanpassingen.

| | | |
|--|--|--|
| Avondklok <ul style="list-style-type: none">Ca tussen 21.00 uur en 4.30 uur niet naar buiten. | Winkelen en boodschappen <ul style="list-style-type: none">Niet-essentiële winkels dicht, winkelen op afgevoerd en afhalen en bezorgen en bezellingen mogelijk.Essentiële winkels zoals supermarkten, groentewinkels en drogisterijen open.Geen verkoop van alcohol na 20.00 uur. | Onderwijs en kinderopvang <ul style="list-style-type: none">Primaire onderwijs en kinderopvang open.Voorgaat onderwijs en mbo gedeeltelijk open.Onderwijs op afstand voor tbo en wo.Buitenschoolse opvang dicht. |
| Ontmoetingen <ul style="list-style-type: none">Ontvang thuis max. 1 persoon per dag (incl. bezoekers t/m 12 jaar).Ca max. 1 keer per dag op bezoek.Buiten groep van max. 2 personen of 1 huiskoud. | Horeca en evenementen <ul style="list-style-type: none">Eet- en drinkgelegenheden dicht. Afhalen en bezorgen van bestellingen mogelijk.Evenementen verboden. | Sport <ul style="list-style-type: none">Buiten (t/m 26 jaar) bij locaties georganiseerd toegestaan.Buiten (t/m 27 jaar) bij locaties met max. 4 personen op 15 meter afstand georganiseerd toegestaan.Binnen sportaccommodaties dicht. Zwaarte voor andere om 12 jaar uitgezonderd.Wielerveden verboden. |
| Vervoer en reizen <ul style="list-style-type: none">NSJ zoveel mogelijk thuis.Niet alleen met het ov voor noodzakelijke reizen.NSJ in Nederland en met niet naar het buitenland in de periode t/m 15 april. | Publiek toegankelijke locaties <ul style="list-style-type: none">Onder andere musea, bioscopen en bibliotheken dicht. | Contactberopen <ul style="list-style-type: none">Contactberopen zoals kappers en ijzereetkamer toegestaan. |

Wassen Afstand Testen **alleen samen krijgen we corona onder controle** Uitwerking en voorwoord: [rijksoverheid.nl/coronavirus](#) april 2020 - op



Voorbeeld uitwerking: animatie 1

