



Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken



Campagne-effectmonitor coronavirus

Inzichten m.b.t. campagne 'Alleen samen' en
deelcampagne 'Mentale gezondheid'

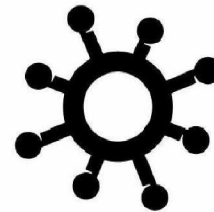
29 april 2020



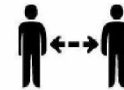
Achtergrond onderzoek

Sinds dinsdag 31 maart voert DVJ Insights in opdracht van het NKC dagelijks een meting uit onder 150 Nederlanders van 12 jaar en ouder over de campagne 'Alleen samen krijgen we corona onder controle'. Door dagelijks te meten zijn de ontwikkelingen van dag op dag te volgen.

In de rapportage van deze week zijn de resultaten van de doelstellingen van de campagne en aanvullende indicatoren gebundeld. Aanvullend wordt deze week gerapporteerd over de deelcampagne 'Mentale gezondheid', die vorige week is gestart. Daar waar relevant zijn resultaten van de laatste flitspeiling van VWS en recente externe peilingen toegevoegd. Op deze manier ontstaat een breed beeld van de ontwikkelingen rond factoren die in relatie staan tot de campagne. Daarnaast is de campagne slechts één onderdeel van alle communicatie rondom het coronavirus. Het onderzoek en de rapportage wijken daarom af van een reguliere campagne-effectmeting.



coronavirus





Managementsamenvatting

Trend zet zich door: mensen houden minder strikt afstand
 Hoewel het verschil met vorige week niet erg groot is, zet de trend dat men minder goed afstand van elkaar houdt door. Dit is in lijn met de zichtbare afname in urgentie, motivatie en haalbaarheid die mensen ervaren om zich aan deze maatregel te houden. Mensen vinden het steeds moeilijker worden om 1,5 meter afstand te houden op straat en, met name, in de supermarkt. Ook geven zij steeds minder vaak aan dat andere mensen op straat en in de supermarkt voldoende afstand houden. Dit heeft er mogelijk mee te maken dat steeds meer mensen van huis gaan.

Het houden van 1,5 meter afstand is nog steeds wel de meest bekende maatregel om de verspreiding van het coronavirus tegen te gaan. De bekendheid van deze maatregel neemt nog altijd toe. Dit komt mogelijk doordat er in de media steeds meer gesproken wordt over 1,5 meter afstand houden.

Eén op de drie mensen blijft nog de hele dag thuis
 Waar begin deze maand nog 41% van mensen de hele dag thuis bleef, is dit nu gedaald naar 33%. Ook bij deze maatregel nemen de urgentie en motivatie langzamerhand af. Daarnaast wordt thuisblijven steeds moeilijker. Als gevolg hiervan is te zien dat minder mensen de hele dag thuis blijven.

“Handen wassen” lijkt iets minder strikt te worden nageleefd

Er lijkt een kleine verschuiving op te treden van mensen die *alle keren* hun handen goed wassen naar mensen die dit *meestal* doen. Hoewel deze maatregel het meest makkelijk en haalbaar wordt gevonden om na te leven, is er nog steeds veel ruimte voor verbetering.

Volhouden van de maatregelen wordt steeds lastiger

De overtuiging om de maatregelen vol te kunnen houden voor zo lang als dat nodig is, neemt verder af. Men vindt het vooral zwaar om geen fysiek contact met naasten te hebben. Bovendien stimuleren of helpen mensen elkaar weinig om de maatregelen na te leven.

Tijdens de coronacrisis ervaren mensen vaker negatieve gevoelens

Mensen ervaren tijdens de coronacrisis vaker negatieve gevoelens zoals frustratie en eenzaamheid. Daarnaast ervaren zij minder vaak positieve gevoelens zoals hoop en opluchting. Er is begrip voor dat mensen zich tijdens de coronacrisis minder goed voelen. Daarnaast denkt een groot deel dat er tijdens de coronacrisis meer mensen niet lekker in hun vel zitten.

Mensen kennen meer mogelijkheden om iets te doen om zich beter te voelen dan dat zij uitvoeren

De meeste mensen die niet lekker in hun vel zitten, kennen meerdere activiteiten om zich beter te voelen. Er is echter een behoorlijk verschil tussen de mogelijkheden die mensen kennen en wat zij daadwerkelijk doen. Het lijkt daarom waardevol om te kijken hoe dit verschil kan worden verkleind.



Campagnedoelstellingen



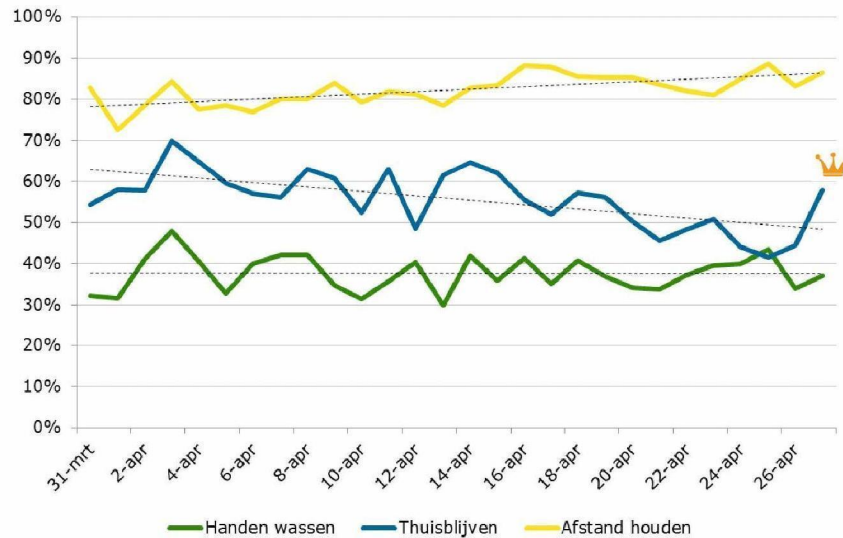
Campagnedoelstellingen

Categorie	Doelstelling
Weten	Mensen kennen de belangrijkste maatregelen, namelijk: a. blij zoveel mogelijk thuis b. houd 1,5 m afstand c. was vaker je handen (met water en zeep)
Vinden	Mensen vinden het belangrijk om de maatregelen te volgen omdat ze hiermee zichzelf en anderen beschermen.
Voelen	Mensen voelen de urgentie en zijn gemotiveerd de maatregelen vol te houden. Ze voelen dat ze gezamenlijk een bijdrage moeten leveren aan de gezondheid van zichzelf en anderen.
Doen	Mensen houden zich aan de maatregelen (blijf zoveel mogelijk thuis, houd 1,5 meter afstand en was vaker je handen (met water en zeep)).*
Doen	Mensen die zich aan de maatregelen houden, houden deze vol voor zo lang dat nodig is
Doen	Mensen stimuleren hun naasten dit ook te doen.

* Voor het meten van deze doelstellingen is mensen dagelijks gevraagd wat zij gisteren (dus de dag voor de meting) hebben gedaan.



Bekendheid van de maatregel "afstand houden" blijft toenemen

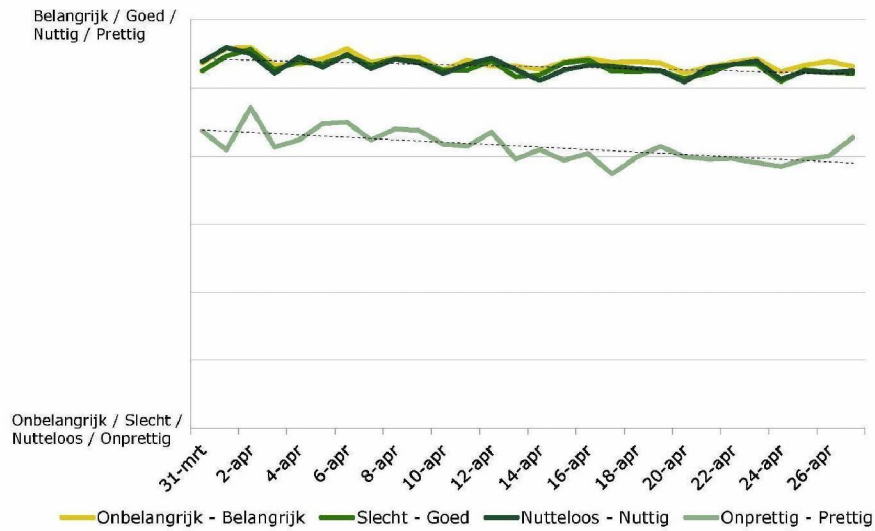


Spontane kennis

Terwijl de spontane bekendheid van de maatregel "afstand houden" blijft toenemen, neemt de bekendheid van de maatregel "zoveel mogelijk thuisblijven" steeds verder af in de afgelopen week. Alleen op maandag 27 april, op Koningsdag, is weer een piek te zien. Mogelijk komt dit doordat er die dag veel werd opgeroepen om thuis te blijven. De bekendheid van het "handen wassen" verandert niet.



Afstand houden net zo 'onprettig' als een week geleden



Urgentie om 1,5 meter afstand te houden

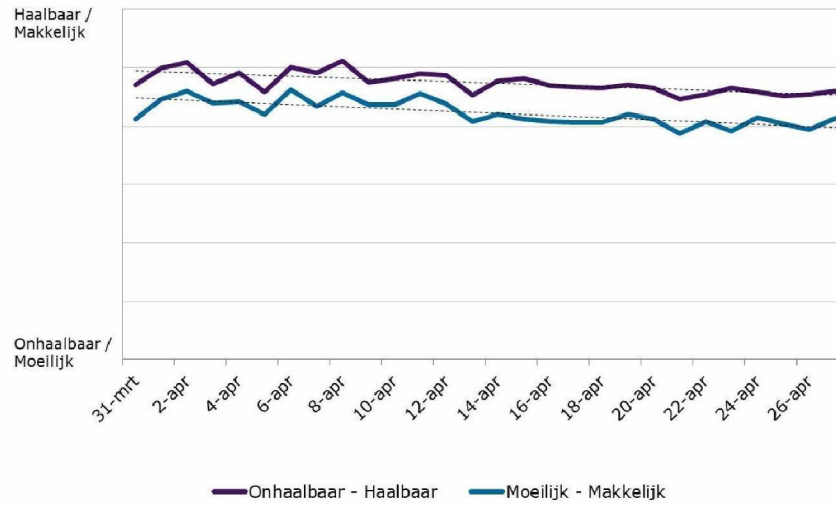
Mensen vinden het nog steeds belangrijk om 1,5 meter afstand te houden. Desondanks is hierin een voorzichtige afname te zien.

Motivatie om 1,5 meter afstand te houden

Mensen vinden het afstand houden ook goed en nuttig, maar in mindere mate prettig. Op al deze aspecten is sinds 31 maart een significante daling te zien. Echter is dit in de afgelopen week niet (significant) verder gedaald dan in de week daarvoor.



Ingeschatte haalbaarheid van het afstand houden daalt

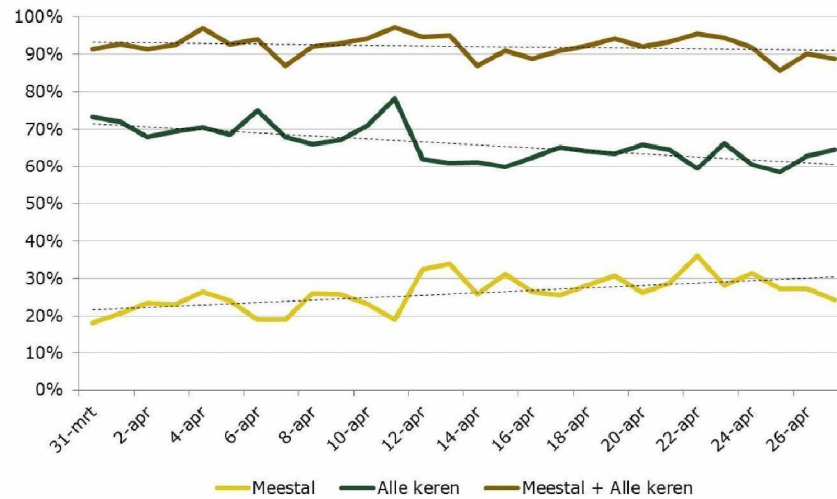


De haalbaarheid en het gemak om afstand te houden

Het naleven van de maatregel "1,5 meter afstand houden" wordt over het algemeen haalbaar en redelijk makkelijk gevonden. Toch is te zien dat mensen hier geleidelijk aan meer moeite mee hebben.



Trend zet zich door: mensen houden minder strikt afstand

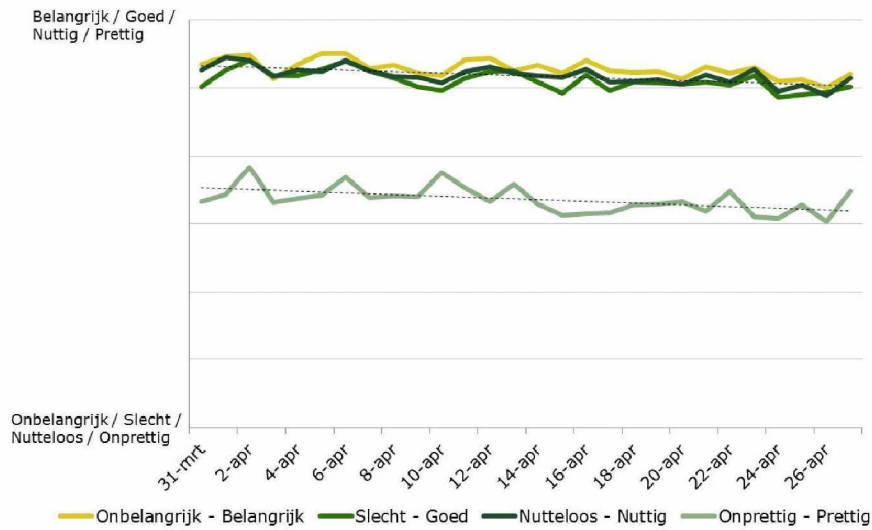


1,5 meter afstand houden
 Nog steeds geeft rond de 90% van de mensen aan meestal of alle keren als dat nodig is 1,5 meter afstand te houden. De verschuiving die we eerder zagen van mensen die dit *alle keren* doen naar mensen die dit *meestal* doen, zet zich door. Het verschil vergeleken met een week hiervoor is echter niet groot (en niet significant).

Toelichting grafiek: Deze vraag is voorgelegd aan respondenten die aangaven de dag ervoor buiten huis geweest te zijn of bezoek te hebben ontvangen. De percentages zijn dus gebaseerd op de mensen voor wie afstand houden van toepassing was.



De urgentie en motivatie om thuis te blijven nemen langzaam af



Urgentie om thuis te blijven

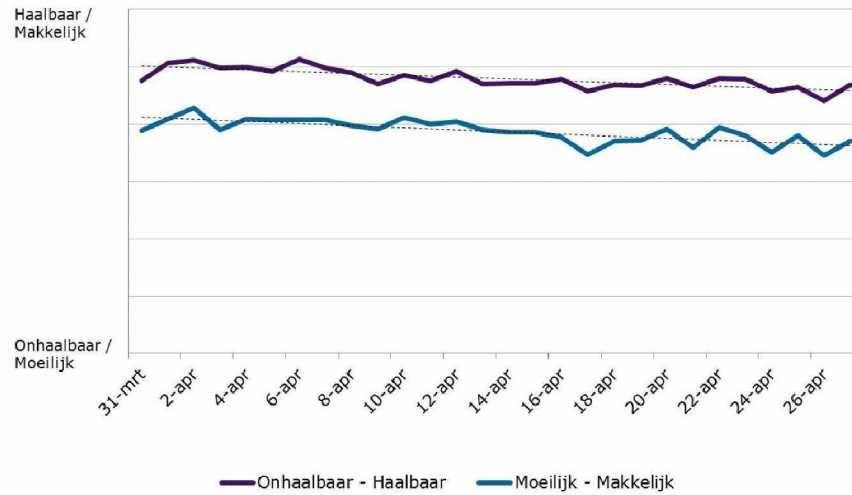
Mensen vinden het nog steeds belangrijk om zoveel mogelijk thuis te blijven. Dit neemt net als vorige week langzaam af.

Motivatie om thuis te blijven

De mate waarin het thuisblijven goed, nuttig en prettig wordt gevonden, neemt ook geleidelijk af.



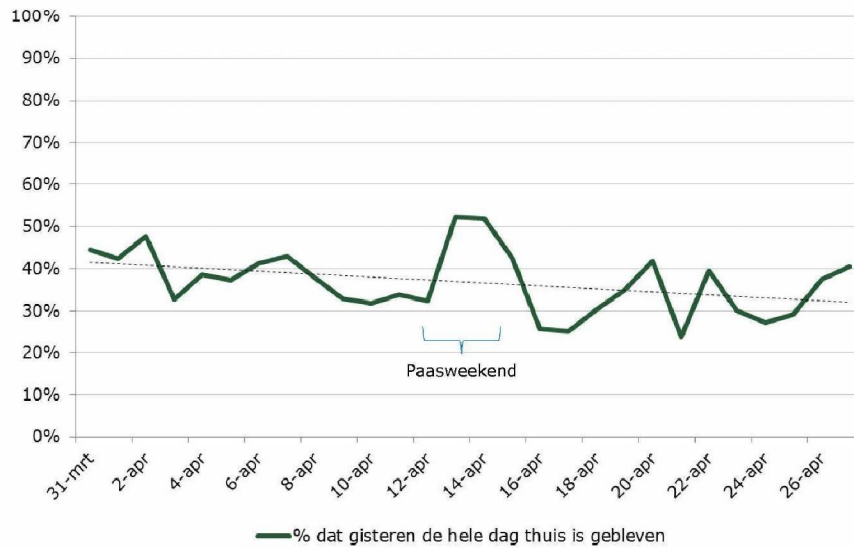
Thuisblijven wordt minder makkelijk en haalbaar gevonden



Haalbaarheid en gemak om thuis te blijven
 Het naleven van de maatregel "zoveel mogelijk thuisblijven" vinden mensen haalbaar en redelijk makkelijk. In vergelijking met het afstand houden, vindt men het thuisblijven minder makkelijk. Op zowel de haalbaarheid als het gemak om thuis te blijven is een significante afname te zien ten opzichte van de eerste twee weken.



Ongeveer een derde van de mensen blijft nog de hele dag thuis



Thuisblijven

Het percentage mensen dat de hele dag thuis blijft, lag de afgelopen week tussen de 30% en 40%. Hierin is wel een duidelijke afname te zien sinds het begin van de metingen.

Richting het afgelopen weekend lijkt het aantal mensen dat zegt te zijn thuisgebleven weer iets toe te nemen. Dit patroon zien we in de afgelopen weken wel vaker rondom het weekend. Mogelijk komt dit doordat mensen in het weekend minder vaak naar hun werk hoeven of doordat ze bijvoorbeeld drukte verwachten buitenshuis.

Externe peilingen

Een grote meerderheid van de Nederlanders houdt zich aan de belangrijkste maatregelen. Eén op de vijf Nederlanders geeft aan vergeleken met drie weken geleden soepeler met de maatregelen om te gaan. De behoefte om naar buiten te gaan lijkt sterker te worden.



Meeste mensen gaan de deur uit voor boodschappen



Om welke reden(en) ben je gisteren het huis uit geweest?

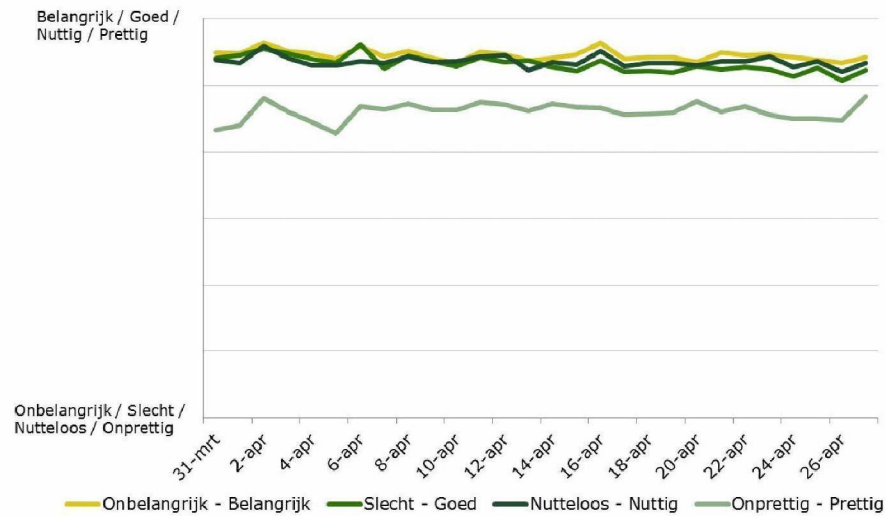


Het huis uit gaan

Indien mensen toch het huis uit gaan, geeft de helft aan dat dit was om boodschappen te doen. Een derde gaat het huis uit om een frisse neus te halen en ongeveer een kwart doet dit voor werk. Maar een klein deel van de mensen (minder van 5%) gaat de deur uit om redenen die eigenlijk niet mogen, zoals het bezoeken van familie of vrienden met meer dan 3 personen of het sporten in groepsverband.



Geen ontwikkeling in de urgentie en motivatie om de maatregel "handen wassen" na te leven



Urgentie om de handen te wassen met water en zeep

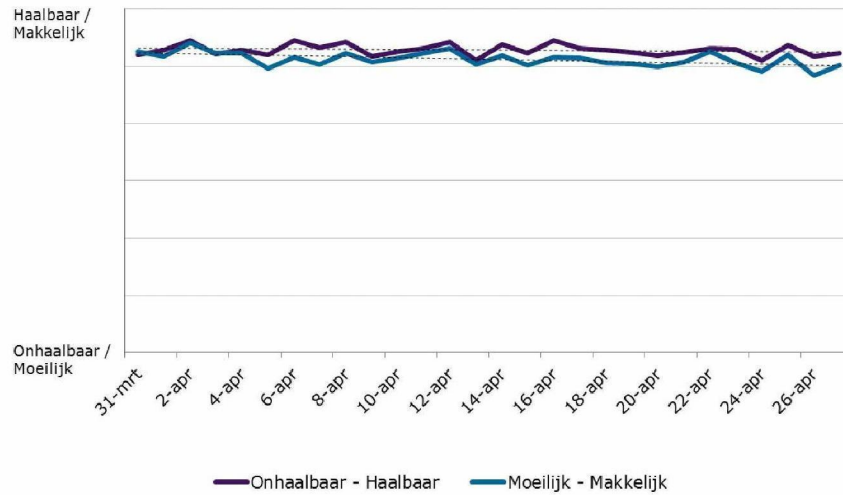
Mensen vinden het nog steeds even belangrijk om vaker hun handen te wassen met water en zeep.

Motivatie om de handen te wassen met water en zeep

De maatregel "handen wassen" wordt goed en nuttig gevonden en in iets mindere mate prettig. Ook dit beeld is stabiel over de afgelopen vier weken. In vergelijking met het houden van afstand en het thuisblijven, vindt men het handen wassen een 'prettigere' maatregel.



“Handen wassen” wordt het meest makkelijk en haalbaar gevonden

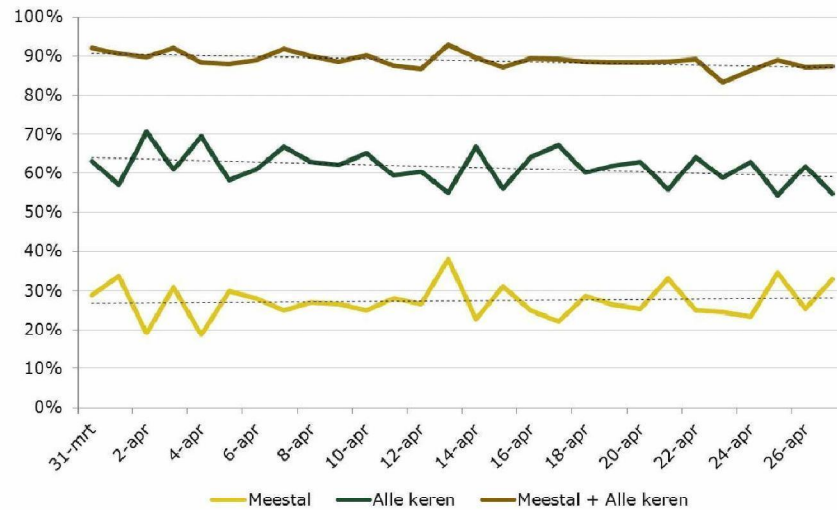


De haalbaarheid en het gemak om de handen te wassen

Het naleven van de maatregel om de handen vaker te wassen met water en zeep wanneer dat nodig is, wordt in vergelijking met de andere twee maatregelen haalbaarder en makkelijker gevonden. Dit is in de afgelopen vier weken stabiel gebleven.



De naleving van de maatregel "handen wassen" lijkt iets minder strikt te worden

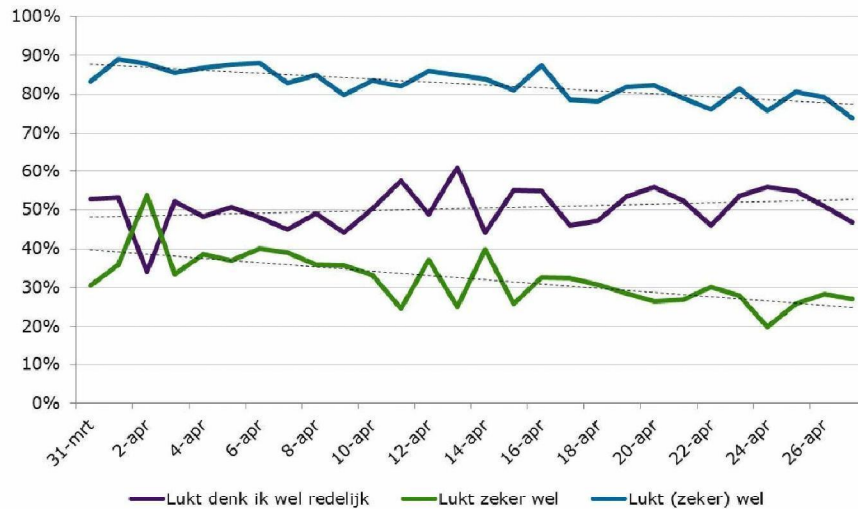


Handen wassen

Hoewel de naleving van deze maatregel de afgelopen weken redelijk stabiel is gebleven, lijkt er toch een kleine verschuiving op te treden van het mensen die *alle keren* hun handen goed wassen naar mensen die dit *meestal* doen. Daarnaast is er nog steeds veel ruimte voor verbetering bij de naleving van deze maatregel. Hier zou meer nadruk op kunnen worden gelegd in de communicatie.



De overtuiging om maatregelen vol te kunnen houden voor zo lang dat nodig is, neemt verder af



Het naleven van de maatregelen voor zo lang als het nodig is

Het aandeel dat denkt de maatregelen (zeker) te kunnen naleven voor zo lang als dat nodig is, is tot onder de 80% gedaald. De daling is klein maar gaat geleidelijk. Deze daling is het gevolg van een aanzienlijke daling in het aandeel mensen dat denkt dat dit *zeker* lukt. Het vertrouwen bij de mensen om de maatregelen vol te kunnen houden neemt dus duidelijk af.

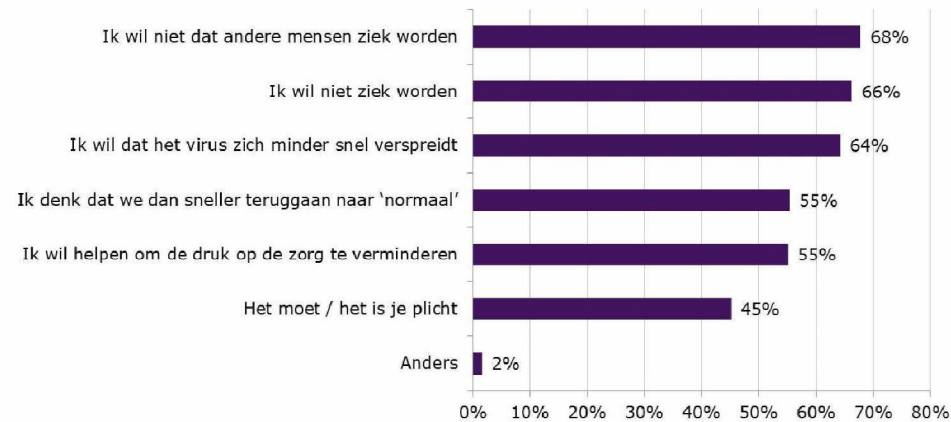
Externe peilingen

Steeds meer Nederlanders verwachten dat het nog tot eind 2020 of 2021 gaat duren voordat de crisis voorbij is en we weer terug kunnen naar 'normaal'. Tegelijkertijd verwachten slechts drie op de tien dat zij de maatregelen meer dan zes maanden kunnen volhouden. Men vindt het vooral zwaar om geen fysiek contact met familie en vrienden te hebben en niet deel te nemen aan sociale activiteiten.



Het beschermen van anderen en van de eigen gezondheid zijn de belangrijkste redenen om de maatregelen na te leven

Wat zijn voor jou de belangrijkste redenen om je aan de maatregelen te houden?



Belangrijkste redenen om de maatregelen op te volgen

Het voorkomen dat andere mensen ziek worden, wordt als belangrijkste reden gezien om je aan de maatregelen te houden (68%). Twee derde van de mensen vindt het voorkomen dat je zelf ziek wordt een belangrijke reden.

Dat het je plicht is om je aan de maatregelen te houden, wordt als enige reden door minder dan de helft belangrijk gevonden.



Een kwart vergeet zich soms aan de maatregelen te houden

Wat zijn voor jou de belangrijkste redenen om je niet aan de maatregelen te houden?



Belangrijkste redenen om de maatregelen niet op te volgen

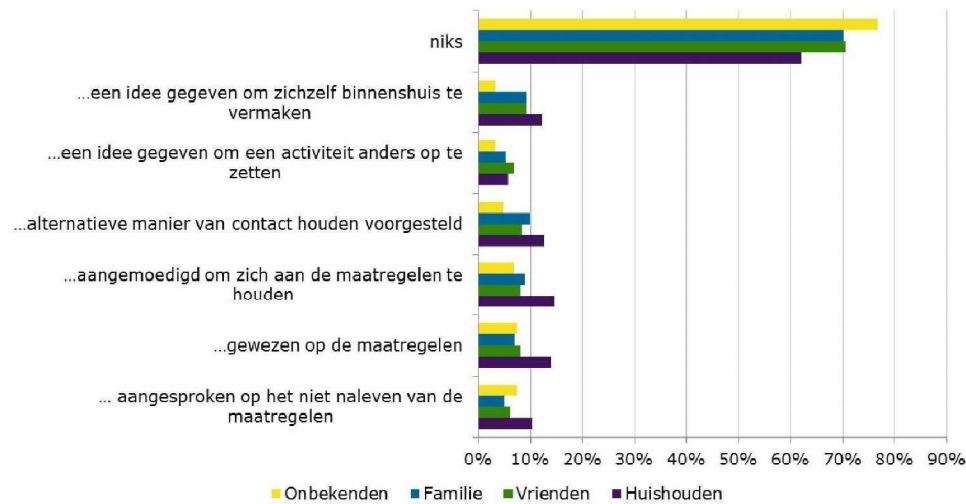
Als reden om de maatregelen niet op te volgen wordt het vergeten hiervan het meest aangegeven. Daarnaast is het graag willen zien van naasten een belangrijke reden om de maatregelen niet op te volgen.

Slechts 4% geeft als reden om de maatregelen niet op te volgen dat ze de maatregelen overdreven vinden.



Meerderheid van de mensen stimuleert of helpt elkaar niet bij het naleven van de maatregelen

Wat hebben mensen gedaan om anderen te stimuleren of te helpen?



Het helpen en stimuleren van anderen om de maatregelen op te volgen

De meerderheid van de mensen doet nog niets om elkaar te helpen of te stimuleren in het naleven van de maatregelen.

Als er wel iets wordt gedaan, gebeurt dit het meest binnen het eigen huishouden. Onbekenden worden het minst gestimuleerd of geholpen. Dit beeld is niet veranderd ten opzichte van vorige week. Wel is er een klein verschil te zien in het aandeel dat een onbekende heeft aangemoedigd om zich aan de maatregelen te houden. Dit is significant gestegen van 5% vorige week, naar 7% deze week.



Deelcampagne 'Mentale gezondheid'

In dit hoofdstuk komen de inzichten en de communicatieve werking met betrekking tot de deelcampagne "Mentale gezondheid" aan bod. De resultaten gaan over de week van 21 t/m 27 april.



Campagnedoelstellingen 'Mentale gezondheid'

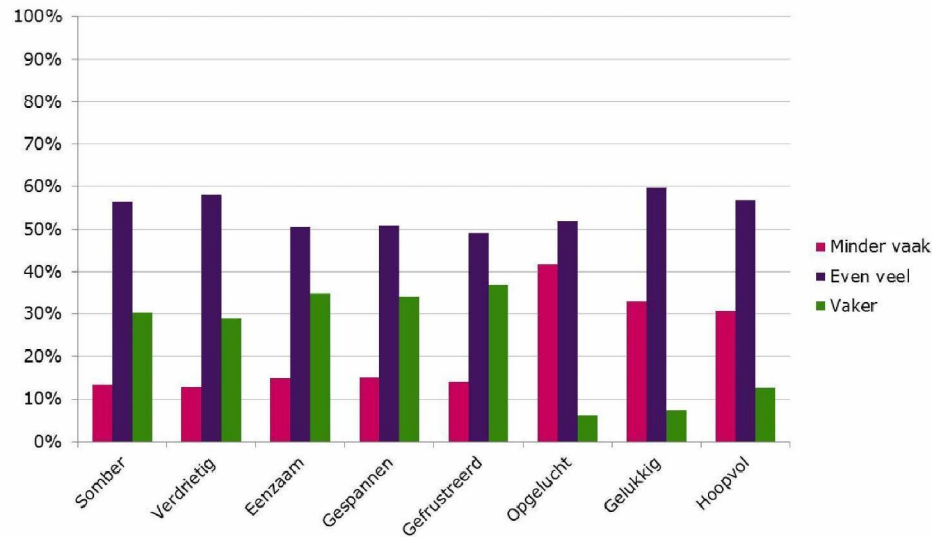
Categorie	Doelstelling
Weten	De doelgroep weet wat je kunt doen voor je mentale gezondheid (praten, ritme, bewegen etc.)
Voelen	De doelgroep voelt zich begrepen indien zij minder lekker in hun vel zitten.
Doen	Doelgroep onderneemt actie omtrent mentale gezondheid (praten, bewegen, hulplijn etc.). *

* Voor het meten van deze doelstellingen is mensen dagelijks gevraagd wat zij gisteren (dus de dag voor de meting) hebben gedaan.



Mensen hebben negatievere gevoelens tijdens de coronacrisis

In hoeverre voel jij je in vergelijking met de periode hiervoor tijdens deze coronacrisis...



Gevoelens tijdens de coronacrisis

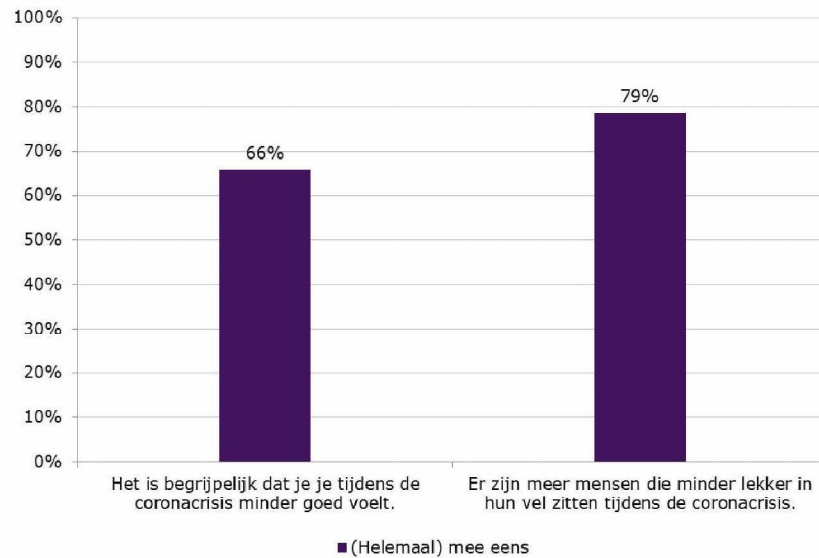
Circa 30% van de mensen geeft aan tijdens de coronacrisis vaker negatieve gevoelens (somber, verdriet, eenzaam, gespannen, gefrustreerd) te hebben, terwijl ruim 10% deze gevoelens minder vaak heeft. Een omgekeerd beeld is te zien voor positieve gevoelens (opgelucht, gelukkig, hoopvol). Meer dan 30% van de mensen heeft deze gevoelens minder vaak tijdens de coronacrisis, terwijl tussen de 6% en 13% van de mensen deze gevoelens vaker heeft.

Externe peilingen

Sinds de coronacrisis hebben meer mensen stress- en angstklachten. Met name jongvolwassenen hebben meer last van stress, verveling en eenzaamheid.



Er is redelijk veel begrip voor mensen die zich minder goed voelen



Begrip voor gevoelens

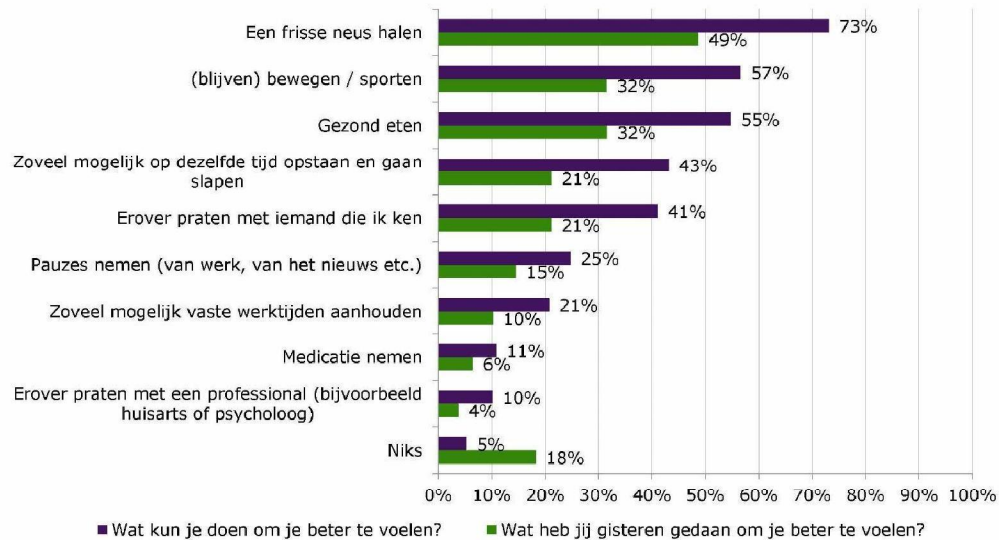
Twee derde van de mensen vindt het begrijpelijk als je je minder goed voelt tijdens de coronacrisis. Bijna acht op de tien mensen denken dat er nu meer mensen zijn die minder lekker in hun vel zitten.

Externe peilingen

Nederlanders maken zich steeds minder zorgen over hun eigen gezondheid en die van anderen. Tegelijkertijd zien we dat meer mensen zich zorgen maken over de economie. Ook zijn er meer zorgen over de persoonlijke financiële situatie: men is bang werk of inkomen te verliezen. Over het algemeen blijven de zorgen hoog.



Men is goed op de hoogte van maatregelen om zich beter te voelen, maar past ze nog niet altijd toe



Wat weten mensen dat ze kunnen doen om zich beter te voelen en wat doen ze?

Bijna alle mensen die niet lekker in hun vel zitten weten wel iets wat ze zouden kunnen doen om zich beter te voelen. Met name de mogelijkheden om een frisse neus te halen, gezond te eten en te bewegen of sporten zijn bekend. Er zit echter een behoorlijk gat tussen de mogelijkheden die mensen weten en wat ze een dag eerder hebben gedaan. Het lijkt daarom waardevol om te kijken hoe dit verschil kan worden verkleind.

Externe peilingen


Sinds de coronacrisis hebben meer mensen stress- en angstklachten. Om mentaal gezond te blijven, geven drie op de tien Nederlanders aan te gaan sporten. Circa de helft zoekt het zonlicht op.

HERKENNING & WAARDERING



HERKENNING RADIOSPOT MENTALE GEZONDHEID

DOELGROEP	HERKENNING	GEMIDDELDE RO*
Algemeen publiek, 12+ (n=756)	58%	46%
• 12-20 jaar (n=122)	65%	
• 21-34 jaar (n=128)	64%	
• 35-49 jaar (n=168)	55%	
• 50-65 jaar (n=193)	54%	
• 66+ jaar (n=145)	57%	

 onder / gelijk / boven gemiddelde Rijksoverheid

WAARDERING

UITNG	RAPPORTCIJFER (1-10)	GEMIDDELDE RO*
radiospot mentale gezondheid	7.6	7.2

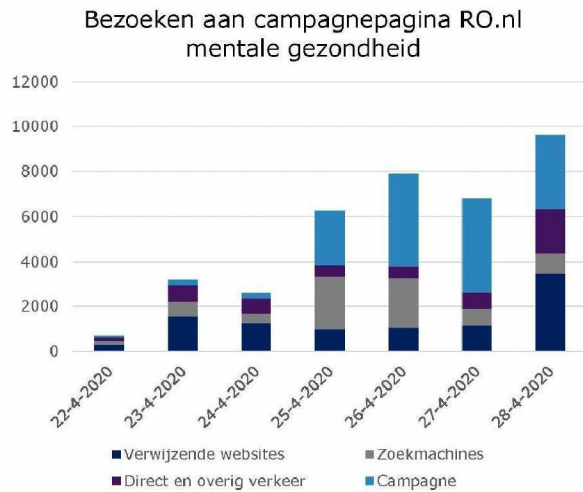
 onder / gelijk / boven gemiddelde Rijksoverheid

RADIOSPOT MENTALE GEZONDHEID 24 T/M 28 APRIL

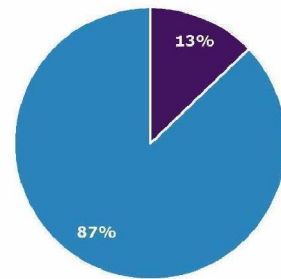
De radiospot 'Mentale gezondheid' wordt bovengemiddeld goed herkend en gewaardeerd. De spot wordt het best herkend onder de twee jongere leeftijdsgroepen (12-20 jaar en 21-34 jaar). De spot krijgt ondanks het beladen onderwerp een rapportcijfer 7,6. Dit is significant boven het gemiddelde van Rijksoverheids campagnes.



Meeste bezoek campagnepagina vanuit campagne-uitingen of verwijzende websites



Verhouding campagneverkeer



- Bezoek via redirect ro.nl/coronavirus
- Bezoek via online campagneuiting

Tussen 22 april en 28 april zijn er 37.000 bezoeken geweest aan de campagnepagina van de deeflight 'Mentale gezondheid'. Het grootste deel van het bezoek komt op deze pagina via een campagne-uiting of via verwijzende websites.

Wanneer bezoekers binnenkomen via de campagne, dan is dat meestal via een online campagne-uiting van de flight (87%). Een klein deel (13%) komt binnen via de URL die in de radiocommercial wordt gecommuniceerd. Deze URL wordt echter ook in de algemene corona-campagne gebruikt.

Bijna alle bezoekers die binnenkomen via een online campagne-uiting, bekijken alleen de campagnepagina en verlaten daarna de site (94%). Een heel klein deel kijkt verder op Rijksoverheid.nl of klikt op één van de links die op de pagina worden genoemd.

Van de bezoekers die feedback achterlieten op de pagina (n= 376, niet in grafiek), geeft 88% aan dat de informatie op de pagina hen geholpen heeft.

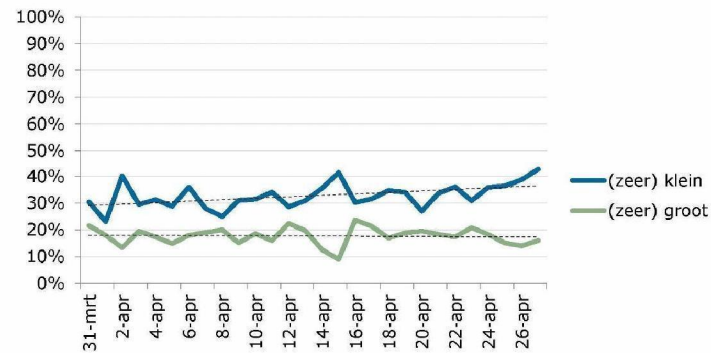


Aanvullende indicatoren

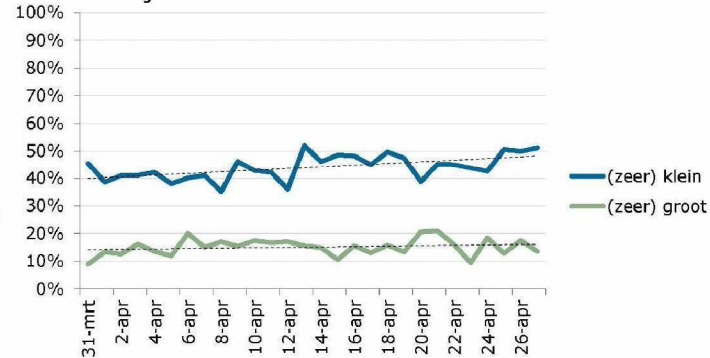


De daling van de risicoperceptie zet niet door

Ingeschatte kans om besmet te raken



Ingeschatte kans om in het ziekenhuis te komen of te overlijden



Risicoperceptie

Het aandeel mensen dat de kans (zeer) groot acht om besmet te raken blijft stabiel. Hetzelfde geldt voor het aandeel mensen dat de kans (zeer) groot acht om in het ziekenhuis te komen of te overlijden.

Het aandeel mensen dat de kans (zeer) klein acht om besmet te raken is significant hoger dan in de eerste twee weken waarin dit onderzoek is uitgevoerd. Ten opzichte van vorige week is hierin geen verschil. Dit beeld is hetzelfde voor het aandeel dat de kans (zeer) klein acht om in het ziekenhuis te komen of te overlijden.

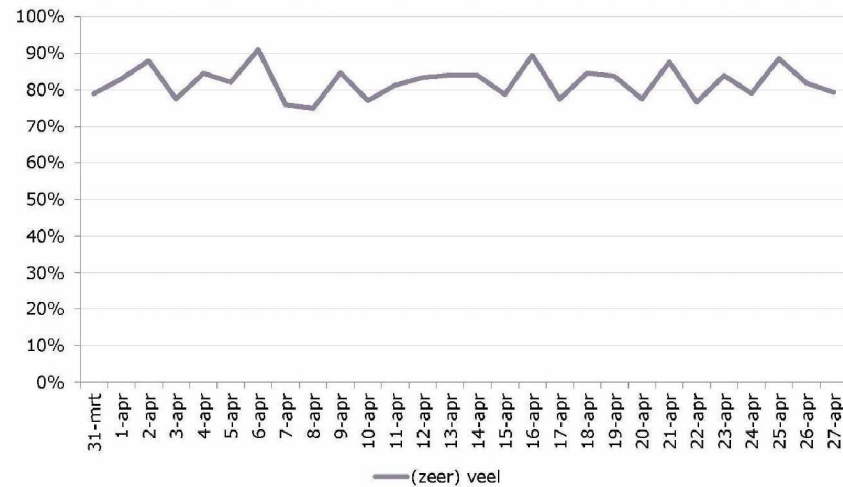
Externe peilingen

De angst om zelf ziek te worden blijft langzaam dalen. Mogelijk komt dit door een toename in het aandeel dat denkt dat de pandemie over haar hoogtepunt is. Jongvolwassenen denken minder vaak dan 50-plussers dat de ziekte bedreigend voor hen is, en juist vaker dat ze al besmet zijn geweest.



Mensen blijven vertrouwen hebben in het effect van de maatregelen op het afremmen van de verspreiding van het virus

In hoeverre helpen de ingestelde maatregelen volgens jou bij het afremmen van de verspreiding van het coronavirus?



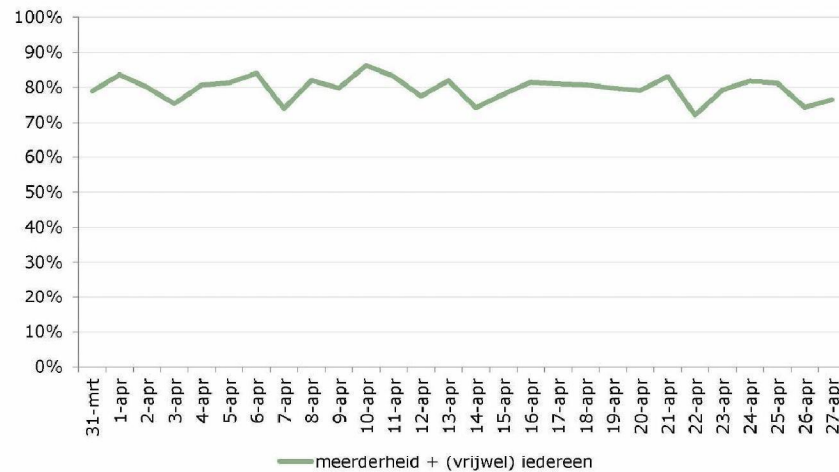
Ingeschatte effectiviteit van de maatregelen

Het vertrouwen in het effect van de maatregelen op het afremmen van de verspreiding van het virus is vanaf het begin van dit onderzoek groot geweest. Het beeld daarvan is sindsdien stabiel.



De omgeving blijft de maatregelen naleven

In hoeverre houden mensen in jouw directe omgeving zich aan de huidige maatregelen?



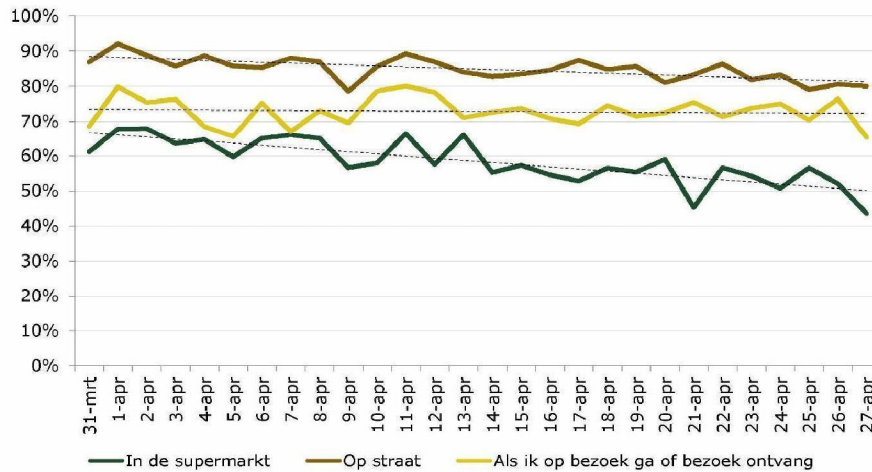
Wat doet de omgeving?

Mensen blijven een positief beeld houden van de naleving van de maatregelen door anderen in hun omgeving. Bijna 80% van de mensen zegt dat de meerderheid van de mensen in hun omgeving de maatregelen naleven.



Afstand houden in supermarkt en op straat wordt steeds moeilijker

In hoeverre lukt het je om 1,5 meter afstand te houden?
% dat aangeeft dat dit meestal of altijd lukt



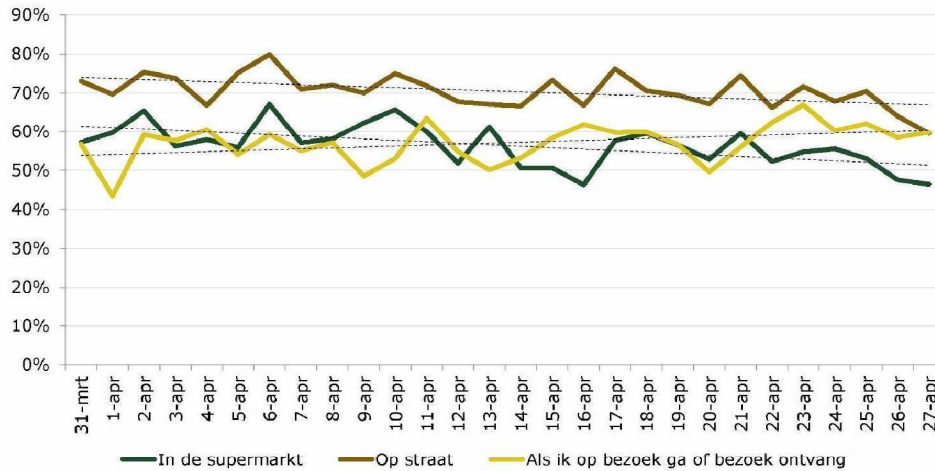
Eigen effectiviteit bij afstand houden

Het blijft moeilijker worden voor mensen om 1,5 meter afstand te houden in de supermarkt en op straat. Met name in de supermarkt wordt dit steeds moeilijker. Het is te verwachten dat deze lijn zich doorzet naarmate het drukker wordt op straat en in de supermarkt.



Anderen houden minder vaak afstand op straat en in de supermarkt. Bij bezoek gebeurt dit juist vaker.

In hoeverre houden andere mensen in de volgende situaties 1,5 meter afstand?
 % dat aangeeft dat de meerderheid of (vrijwel) iedereen dit doet

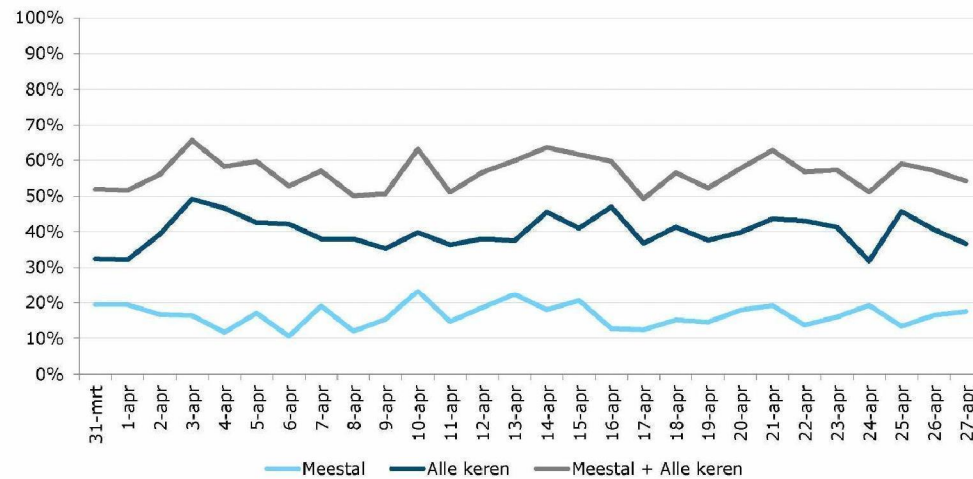


Descriptieve norm bij afstand houden
 Op straat en in de supermarkt houden anderen steeds minder vaak 1,5 meter afstand. Dit hangt waarschijnlijk ook samen met de toenemende drukte op straat en in de supermarkt. Bij bezoek houden mensen juist vaker 1,5 meter afstand.



Het aandeel mensen dat hoest of niest in de ellenboog blijft gelijk

In hoeverre heb je gisteren wanneer dat nodig was in je ellenboog gehoest of geniest?



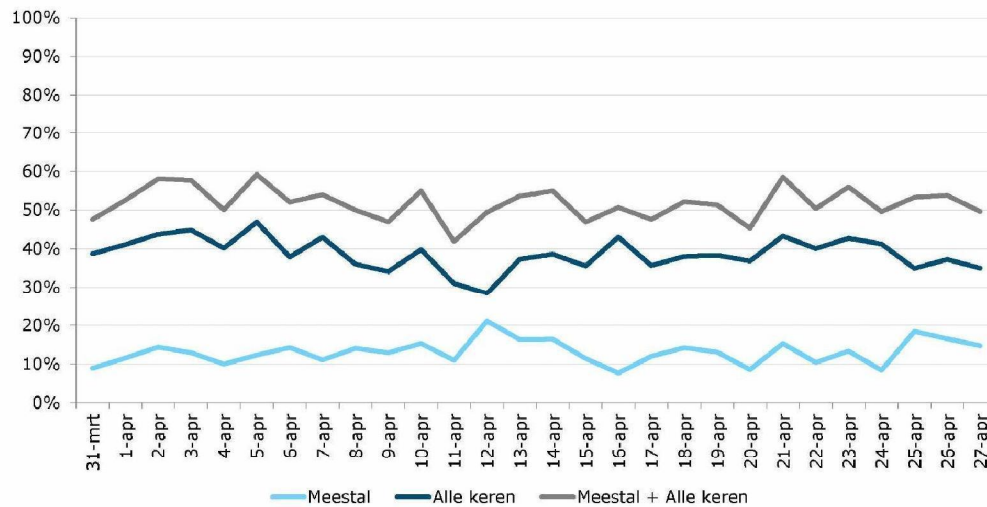
Hygiënemaatregelen

De naleving van de maatregel "hoesten of nies in de ellenboog" is onveranderd. Ongeveer 55% van de mensen doet dit *meestal* of *alle keren* als dit nodig is. Hierin blijft ruimte voor verbetering.



Er is nog steeds veel ruimte voor verbetering in het gebruik van papieren zakdoekjes

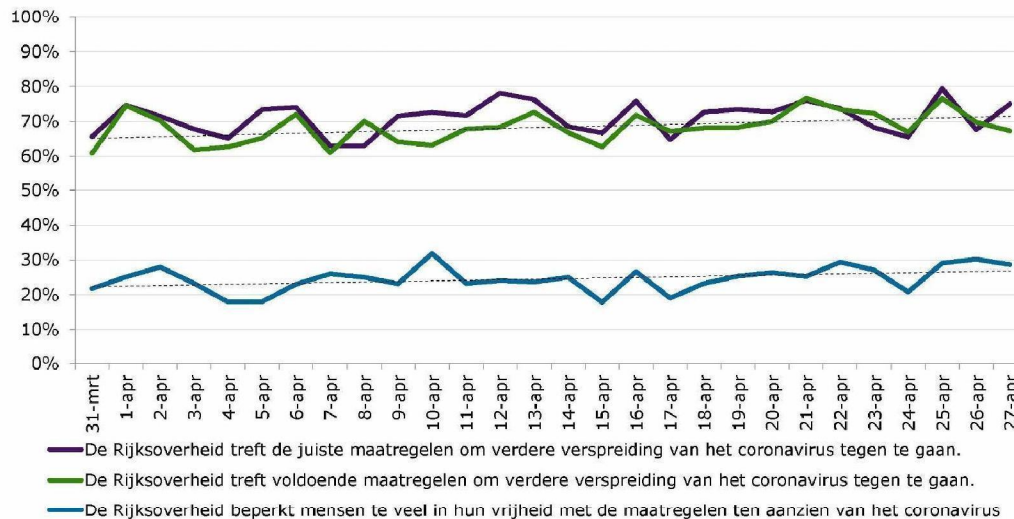
In hoeverre heb je gisteren wanneer dat nodig was papieren zakdoekjes gebruikt?



Hygiënemaatregelen
 Het aandeel dat papieren zakdoekjes gebruikt als dat nodig is blijft gelijk. Ruim 45% van de mensen doet dit nog niet *meestal* of *alle keren* dat het nodig is. Dit betekent dat ook hierin ruimte blijft voor verbetering.



Meer mensen vinden dat de Rijksoverheid voldoende maatregelen neemt



Rijksoverheid treft de juiste en voldoende maatregelen

Het aandeel mensen dat vindt dat de Rijksoverheid *voldoende* maatregelen neemt om de verspreiding van het coronavirus tegen te gaan is de afgelopen week significant gestegen. Wat betreft het nemen van de *juiste* maatregelen blijft het beeld stabiel.

Rijksoverheid beperkt mensen niet te veel in hun vrijheid

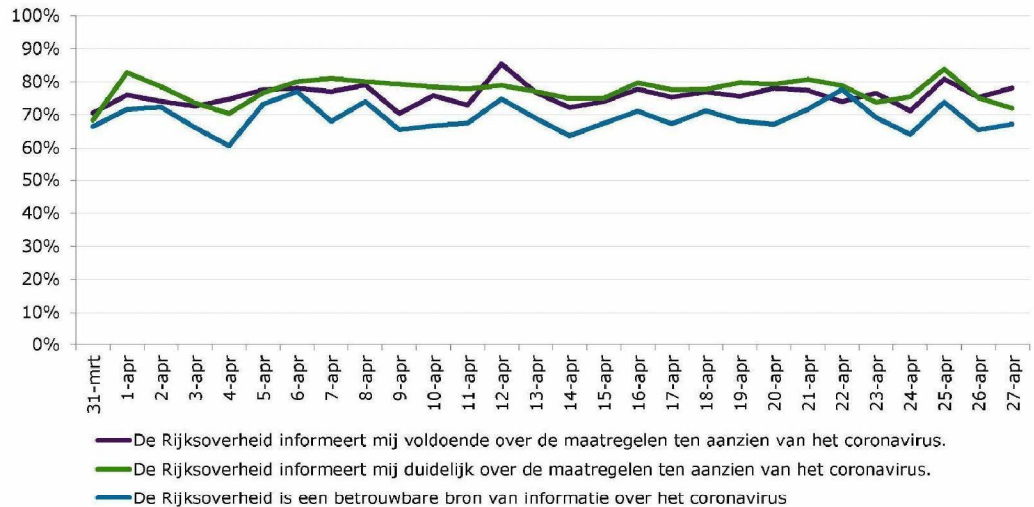
Het aandeel dat zich te veel beperkt voelt in hun vrijheid door de Rijksoverheid blijft klein, maar neemt licht toe. Hierin is een significant verschil te zien ten opzichte van de eerste week waarin dit onderzoek is uitgevoerd.

Externe peilingen

Voor de meeste maatregelen bestaat een groot draagvlak. Het draagvlak voor het verbod op bezoek in verpleeghuizen en het verbod op contactberoepen (met name kappers) ligt lager. Daarnaast is er een stijging in het aandeel dat vindt dat er meer aandacht moet zijn voor de economische gevolgen van de maatregelen, om de balans tussen gezondheid en economie goed te houden.



De waardering van de informatievoorziening vanuit de Rijksoverheid blijft groot



De Rijksoverheid informeert mensen voldoende en duidelijk
Mensen blijven vinden dat de Rijksoverheid hen voldoende en duidelijk informeert. Dit beeld is stabiel over de afgelopen vier weken.

De Rijksoverheid is een betrouwbare bron van informatie
De mensen blijven de Rijksoverheid ook een betrouwbare bron van informatie vinden. Dit beeld is eveneens stabiel over de afgelopen vier weken.

Externe peilingen

De informatiebehoefte blijft stabiel. Wel vindt men dat er in de media te veel aandacht is voor corona. Sinds twee weken lijkt "coronamoehheid" te ontstaan. Met betrekking tot de betrouwbaarheid van de Rijksoverheid als bron is te zien dat sinds de crisis het vertrouwen in de overheid en het RIVM is toegenomen.



Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken

Colofon

Publicatiedatum

29 april 2020

Meer informatie of vragen?

Anne Tilanus

(10)(2e) [@minaz.nl](mailto:tilanus@minaz.nl)

Heleen van der Meulen

(10)(2e) [@minaz.nl](mailto:van.der.meulen@minaz.nl)

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

(10)(2e) [@minaz.nl](mailto:van.der.meulen@minaz.nl)

Simon Zebregs

(10)(2e) [@minaz.nl](mailto:zebregs@minaz.nl)

Vera Hulsebosch

(10)(2e) [@minaz.nl](mailto:hulsebosch@minaz.nl)