



[dvj-insights.com](https://www.dvj-insights.com)

Campagne-effectmonitor

# ALLEEN SAMEN



D V J I N S I G H T S © 2 0 2 0

RAPPORT VOOR  
Dienst Publiek en Communicatie

DVJ INSIGHTS TEAM  
Jan Aarts & Marian Cammaert

DATUM  
21-7-2020

## CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



### > Achtergrond en doelstellingen

Effecten hoofdcampagne

Effecten deelcampagne testen

Webstatistieken

Aanvullende indicatoren en

overige inzichten

Onderzoeksverantwoording

## ACHTERGROND

- Sinds dinsdag 31 maart voert DVJ Insights in opdracht van het NKC en het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, 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 waren de ontwikkelingen van dag op dag te volgen.
- Vanaf 4 mei wordt er in plaats van iedere dag, wekelijks een steekproef getrokken onder 600 Nederlanders van 12 jaar en ouder en vanaf 1 juni om de week.
- In de rapportage van deze week zijn de resultaten van de doelstellingen van de hoofdcampagne, de deelcampagne testen en aanvullende indicatoren gebundeld. Die resultaten worden op weekniveau gepresenteerd. Aanvullend worden webstatistieken van diverse publieke overheidssites rondom het coronavirus gerapporteerd.
- De campagne is slechts één onderdeel van alle communicatie rondom het coronavirus. Het onderzoek en de rapportage wijken daarom af van een reguliere campagne-effectmeting.



## CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



- Achtergrond en doelstellingen
- > **Effecten hoofdcampagne**
- Effecten deelcampagne testen
- Webstatistieken
- Aanvullende indicatoren en  
overige inzichten
- Onderzoeksverantwoording

## CAMPAGNE DOELSTELLINGEN

### HOOFDCAMPAGNE



#### VINDEN

1. Men vindt het belangrijk om zich aan de maatregelen te houden.
2. Men heeft vertrouwen in het beleid / stappenplan.



#### VOELEN

1. 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

1. Men houdt zich aan de maatregelen (omdat er dan stap voor stap meer mogelijk wordt, voor zichzelf en/of voor elkaar\*):
  - a. Klachten? Blijf thuis en laat je testen.
  - b. Houd 1,5 meter afstand van anderen.
  - c. Was vaak je handen.
  - d. Werk zoveel mogelijk thuis.
  - e. Vermijd drukke plekken
  - f. Reis zoveel mogelijk buiten de spits.
2. Mensen die zich aan de maatregelen houden, houden deze vol voor zo lang dat nodig is.

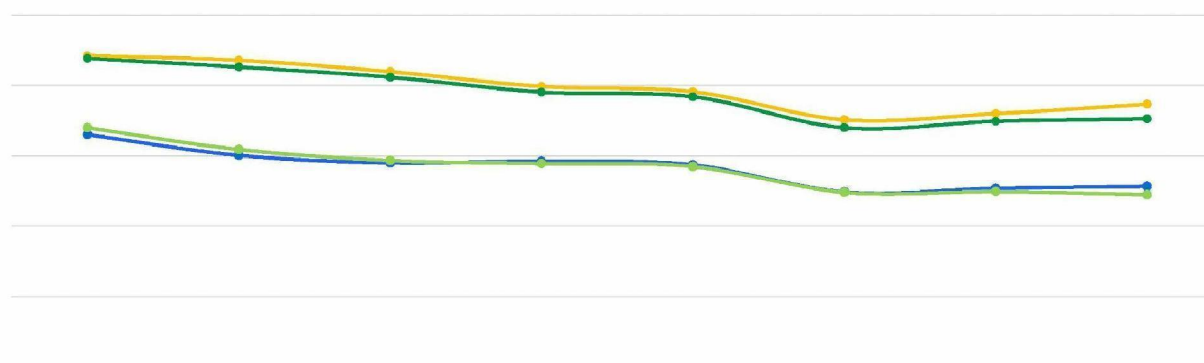
\* Voor het meten van deze doelstellingen is mensen gevraagd wat zij gisteren (dus de dag voor de meting) of in de afgelopen week hebben gedaan.

## DE MATE WAARIN MEN HET BELANGRIJK VINDT OM AFSTAND TE HOUDEN, IS IN DE AFGELOPEN MAAND WEER TOEGENOMEN



De motivatie voor de maatregel 'afstand houden' blijft in de laatste weken stabiel. Mensen vinden het even prettig, nuttig en makkelijk om de maatregel na te leven.

Belangrijk / Nuttig /  
Prettig / Makkelijk



Onbelangrijk /  
Nutteloos / Onprettig /  
Moeilijk

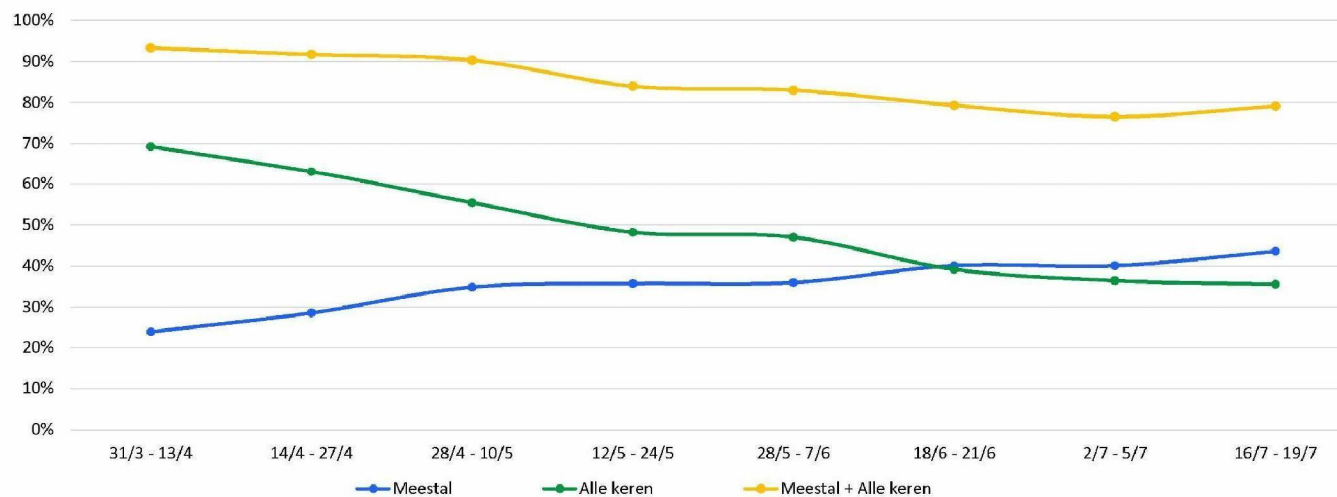
31/3 - 13/4    14/4 - 27/4    28/4 - 10/5    12/5 - 24/5    28/5 - 7/6    18/6 - 21/6    2/7 - 5/7    16/7 - 19/7

— Onbelangrijk - Belangrijk    — Nutteloos - Nuttig    — Onprettig - Prettig    — Moeilijk - Makkelijk

## HET AANDEEL MENSEN DAT NAAR EIGEN ZEGGEN MEESTAL OF ALLE KEREN AFSTAND HOUDT, BLIJFT IN DE AFGELOPEN VIER WEKEN STABIEL



De daling van het aandeel mensen dat de maatregel alle keren naleeft, lijkt door te zetten. Daarentegen geven steeds meer mensen aan de maatregel 'meestal' na te leven.

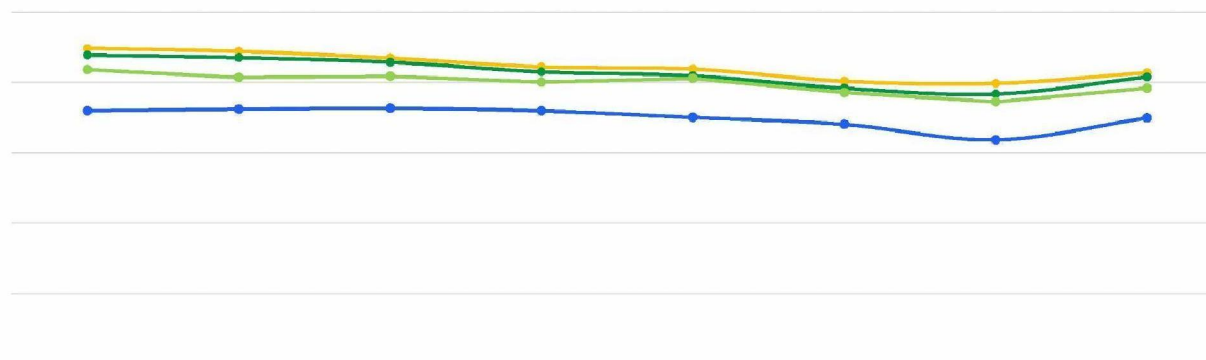


## TEN OPZICHTE VAN TWEE WEKEN GELEDEN, VINDT MEN HET PRETTIGER OM HANDEN TE WASSEN



De mate waarin het wassen van de handen prettig wordt gevonden, is ten opzichte van twee weken geleden toegenomen. Ook de mate waarin de maatregel belangrijk, nuttig en makkelijk worden gevonden, lijkt toe te nemen. Deze toename is echter niet statistisch significant.

Belangrijk / Nuttig /  
Prettig / Makkelijk



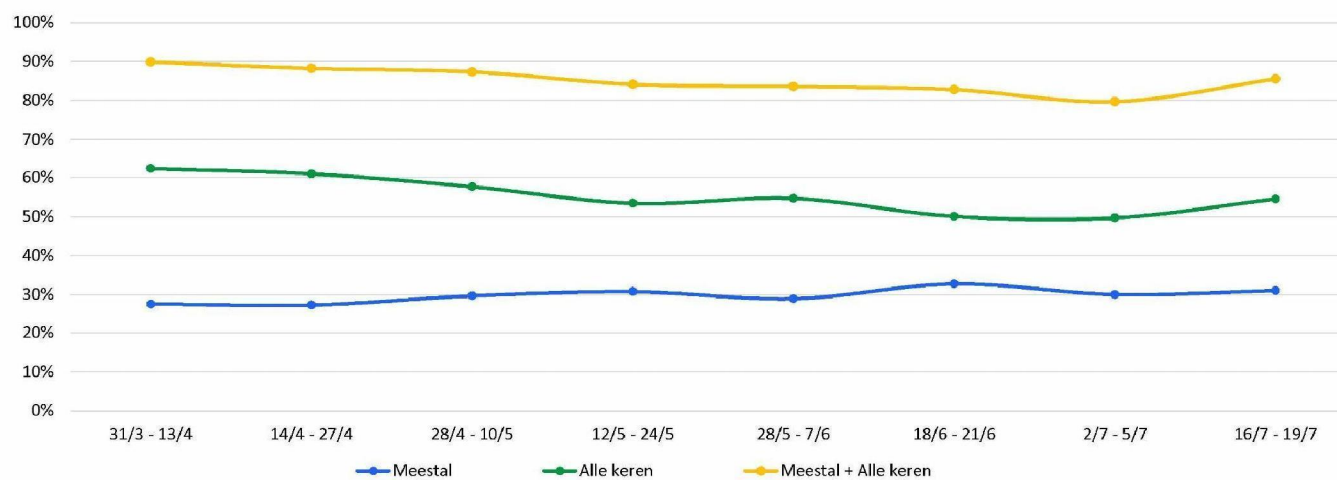
Onbelangrijk /  
Nutteloos / Onprettig /  
Moeilijk

31/3 - 13/4    14/4 - 27/4    28/4 - 10/5    12/5 - 24/5    28/5 - 7/6    18/6 - 21/6    2/7 - 5/7    16/7 - 19/7

— Onbelangrijk - Belangrijk    — Nutteloos - Nuttig    — Moeilijk - Makkelijk    — Onprettig - Prettig

## MEER MENSEN DAN TWEE WEKEN EERDER WASSEN MEESTAL OF ALTIJD DE HANDEN

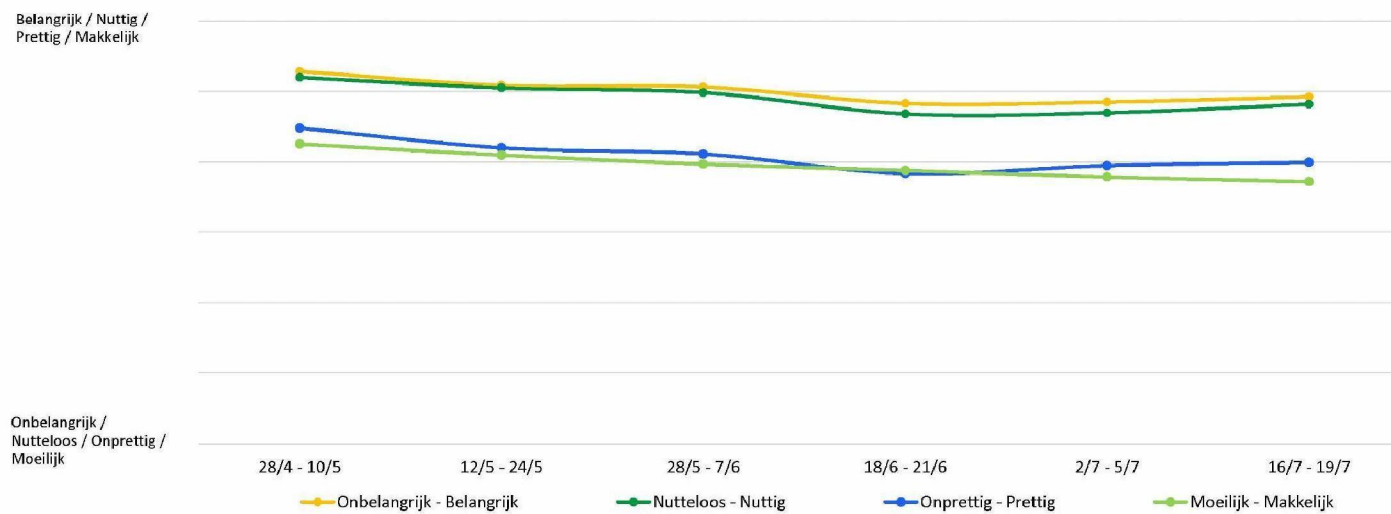
Ook het aandeel mensen dat de maatregel alle keren naleeft lijkt te zijn toegenomen. Deze toename is echter niet statistisch significant.



## DE ERVAREN URGENTIE EN DE MOTIVATIE VOOR DE MAATREGEL 'DRUKTE VERMIJDEN' BLIJFT IN DE AFGELOPEN MAAND STABIEL



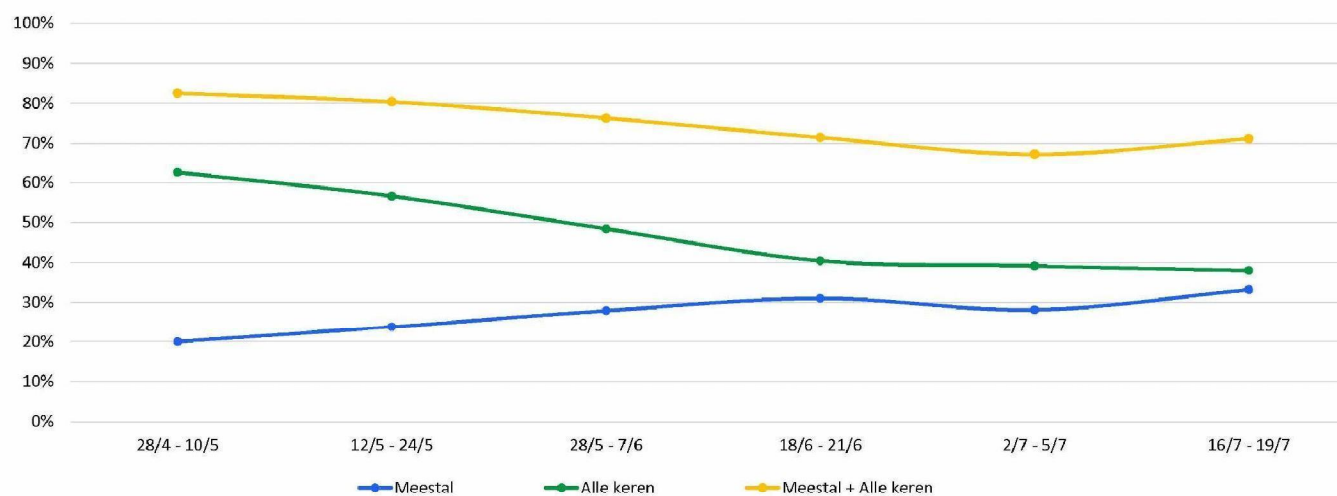
De mate waarin het vermijden van drukte belangrijk, nuttig, prettig en makkelijk wordt gevonden, blijft in de laatste vier weken op gelijk niveau.



## DE DALING VAN HET AANDEEL MENSEN DAT DE MAATREGEL 'DRUKTE VERMIJDEN' NALEEFT, ZET NIET DOOR



Net als twee weken geleden geven zeven op de tien mensen aan meestal of altijd drukte te vermijden. Het aandeel mensen dat dit alle keren doet, namelijk vier op de tien, is stabiel geleden ten opzichte van twee weken geleden. Dit geldt ook voor het aandeel mensen dat de maatregelen meestal naleeft. Hoewel dit aandeel mensen lijkt toe te nemen, is deze toename niet statistisch significant.

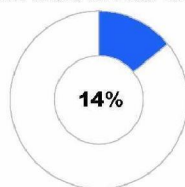


## EÉN OP DE VIER MENSEN MET KLACHTEN BLIJFT THUIS

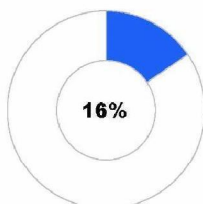


Verreweg de meeste mensen met één of meerdere milde klachten (neusverkoudheid, loopneus, hoesten, keelpijn, verhoging en/of koorts) geven aan dat zij niet de hele dag thuis zijn gebleven op de dag dat zij klachten hadden. Het aandeel mensen dat dit wel doet, fluctueert sinds 12 mei rond de 25%. Het aandeel is gelijk voor de groep mensen die zelf (milde) klachten hebben en/of samenwonen met een persoon met koorts.

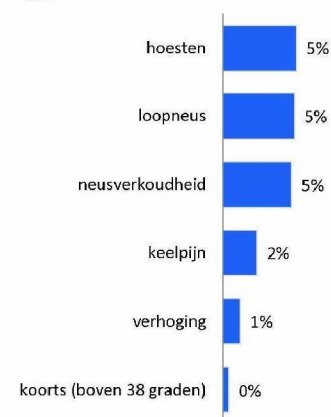
### Mensen met milde klachten



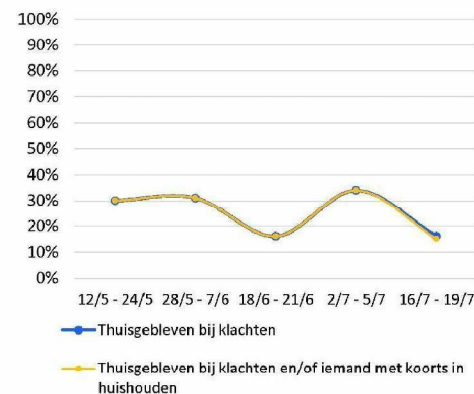
### Vermoeden dat klachten met corona te maken hebben (n=88)



### Type klachten



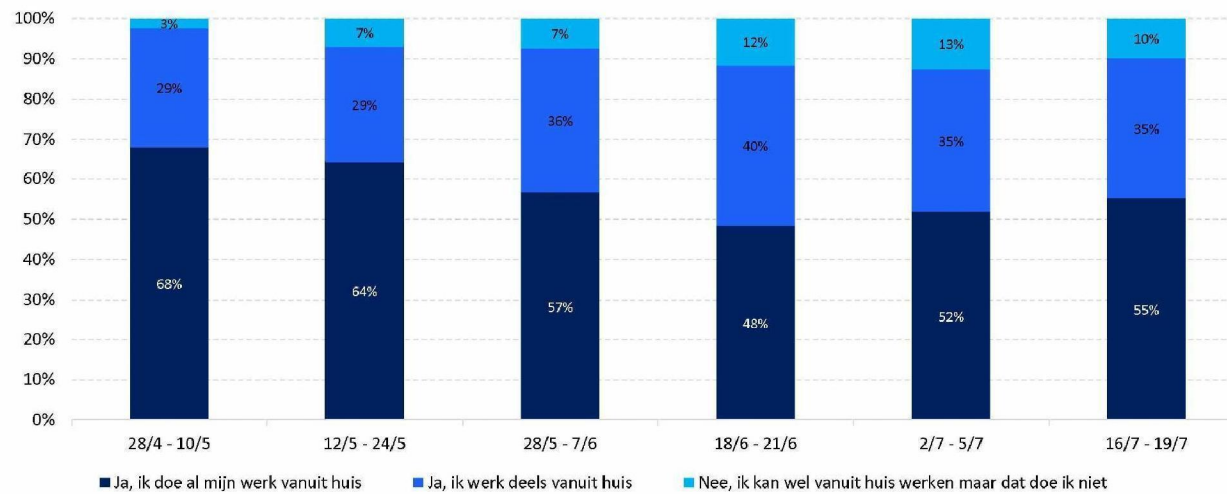
### Thuisblijven bij klachten en/of iemand met koorts in huishouden



## HET AANDEEL MENSEN DAT THUISWERKT IS IN DE AFGELOPEN MAAND STABIEL



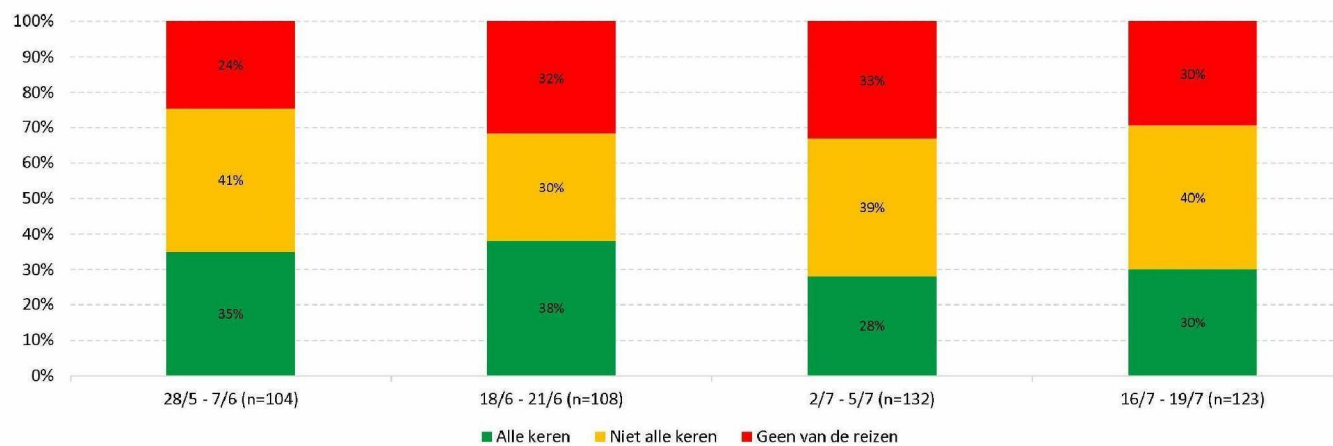
Verreweg de meesten mensen die thuis kunnen werken, werken thuis. Het aandeel mensen dat thuis kan werken en dat ook doet, blijft in de laatste twee weken stabiel. De helft van de mensen geeft aan al het werk vanuit huis te doen en één op de drie mensen werkt deels vanuit huis.



## ZEVEN OP DE TIEN MENSEN DIE GEBRUIK MAKEN VAN HET OV, REIZEN TIJDENS DE SPITS

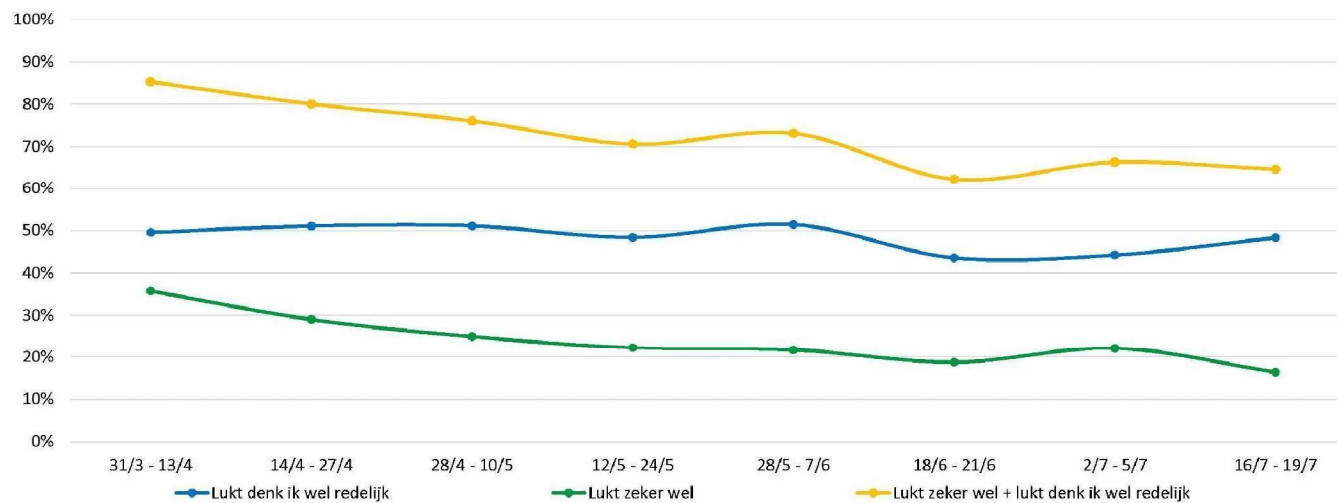
Dit is een stabiel aandeel in de afgelopen maand. Ongeveer drie op de tien mensen reisden nooit tijdens de spits met het OV, een even groot aandeel reisde alle keren tijdens de spits en vier op de tien mensen reisden niet alle keren tijdens de spits.

### In de spittijden gereisd



## MINDER MENSEN ZIJN ER ZEKER VAN DAT ZIJ DE MAATREGELEN KUNNEN VOLHOUDEN, ZO LANG ALS DAT NODIG IS

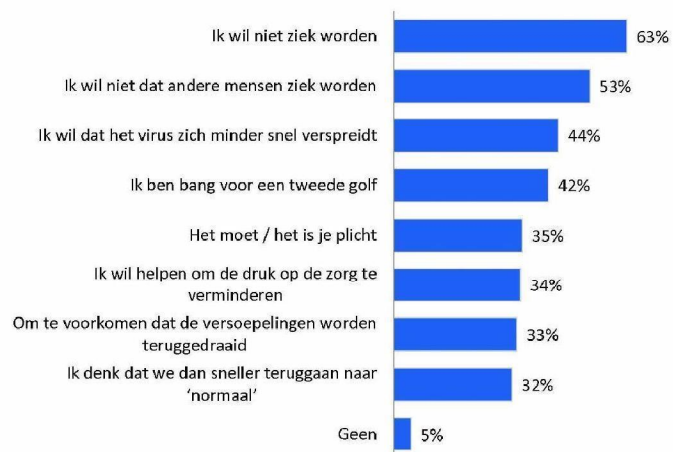
Dit aandeel neemt in de afgelopen twee weken af van één op de vijf naar één op de zes mensen. Het aandeel mensen dat de maatregelen redelijk denkt te kunnen volhouden, lijkt toe te nemen, maar deze toename is niet statistisch significant.



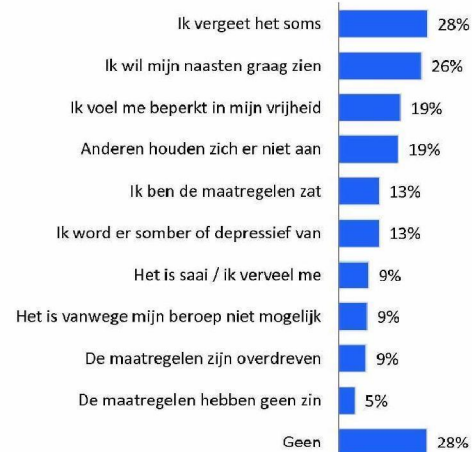
## DE EIGEN GEZONDHEID IS VOOR MENSEN DE BELANGRIJKSTE REDEN OM DE MAATREGELN NA TE LEVEN

De behoefte aan sociaal contact en het vergeten van de maatregelen, zijn de voornaamste redenen voor mensen om de maatregelen niet na te leven.

### Redenen om de maatregelen na te leven



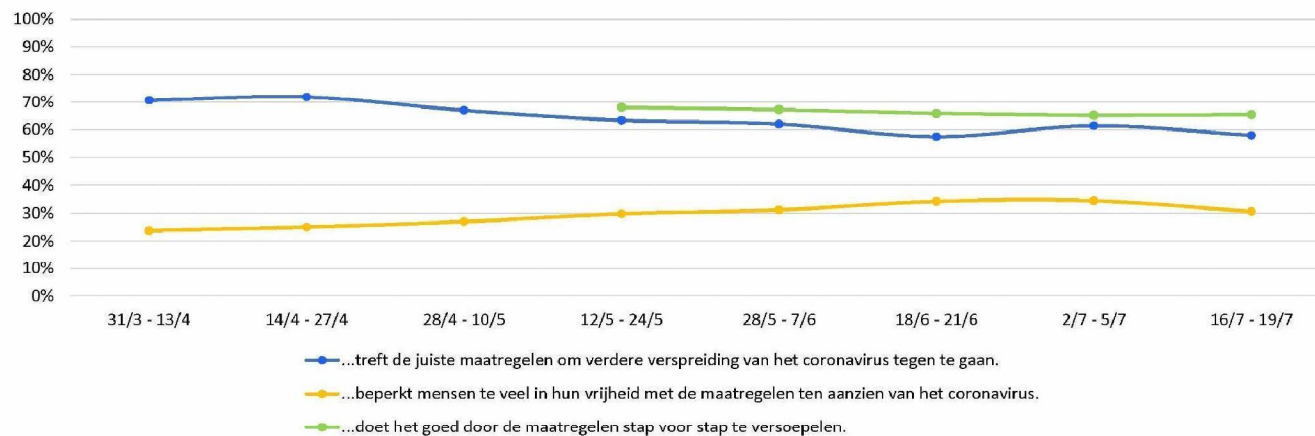
### Redenen om de maatregelen niet na te leven



## HET DRAAGVLAK VOOR DE MAATREGELEN VAN DE RIJKSOVERHEID BLIJFT IN DE AFGELOPEN MAAND STABIEL

Zes op de tien mensen vinden dat de Rijksoverheid de juiste maatregelen treft om de verspreiding van het coronavirus tegen te gaan. Drie op de tien mensen vinden dat de Rijksoverheid mensen te veel beperkt. Het aandeel mensen dat vindt dat de Rijksoverheid mensen te veel beperkt, nam in de maand mei en de eerste helft van juni geleidelijk aan toe. Deze toename zet zich in de laatste vier weken echter niet door. Het aandeel mensen dat het eens is met het beleid om de maatregelen stap voor stap te versoepelen, blijft de afgelopen maanden stabiel rond de zeven op de tien.

### Draagvlak voor het beleid – De Rijksoverheid... % (helemaal) eens



## CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



- Achtergrond en doelstellingen
- Effecten hoofdcampagne
- > Effecten deelcampagne testen
- Webstatistieken
- Aanvullende indicatoren en  
overige inzichten
- Onderzoeksverantwoording

## CAMPAGNE DOELSTELLINGEN

### DEELCAMPAGNE 'TESTEN'



#### VINDEN

1. Men vindt het belangrijk om zich te laten testen op een coronavirusbesmetting om anderen te beschermen en verspreiding van het virus te voorkomen.
2. Men is ervan overtuigd dat testen bij klachten en Bron- en Contactonderzoek de weg zijn om weer een stapje vooruit te kunnen zetten.



#### DOEN

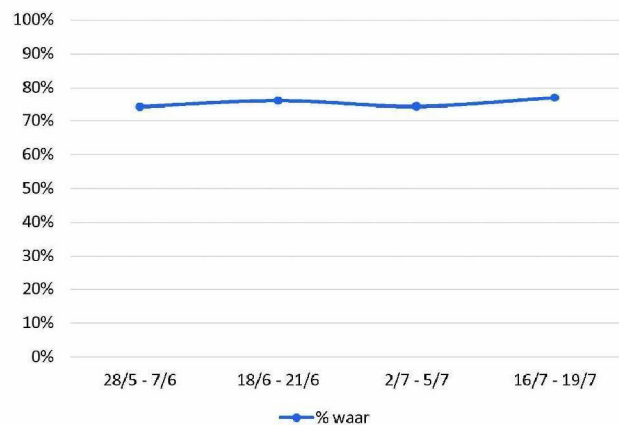
1. Men laat zich bij 'lichte klachten' testen bij een GGD teststraat in de buurt.\*

*\* Voor het meten van deze doelstellingen is mensen gevraagd wat zij gisteren (dus de dag voor de meting) of in de afgelopen week hebben gedaan.*

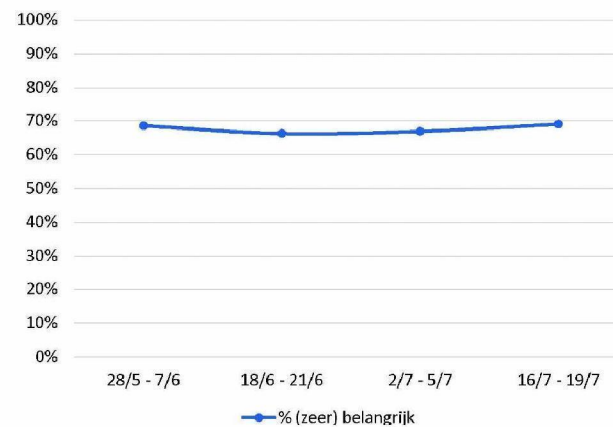
## DRIEKWART VAN DE MENSEN WEET DAT IEDEREEN MET MILDE KLACHTEN ZICH VANAF 1 JUNI KAN LATEN TESTEN

Dit aandeel is in de afgelopen maand stabiel. Twee op de drie mensen vinden het (zeer) belangrijk om zich te laten testen als zij milde klachten (zouden) hebben. Ook dit aandeel is in de afgelopen weken stabiel.

### Stelling: vanaf 1 juni kan iedereen met milde klachten zich laten testen.



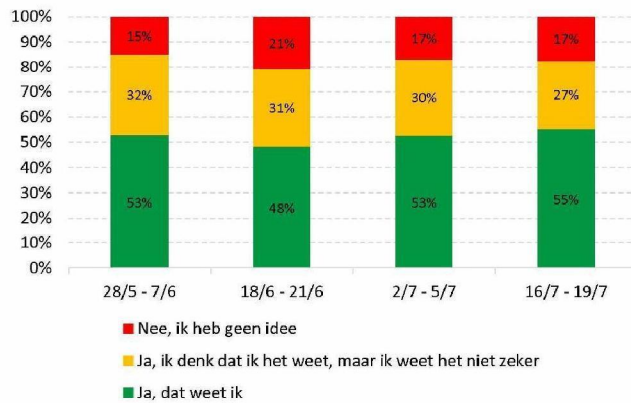
### Belang van testen als je milde klachten hebt of zou hebben



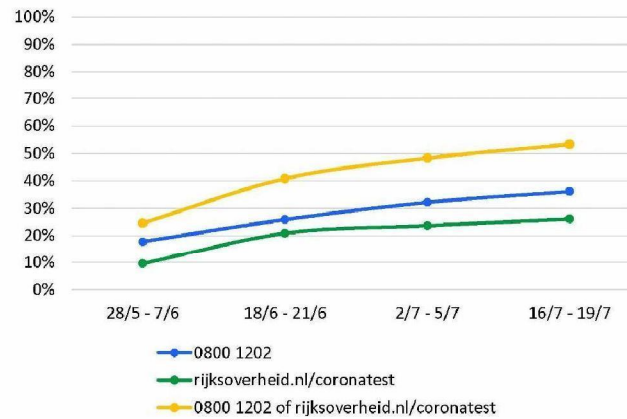
## DE HELFT VAN DE MENSEN WEET WAAR ZIJ TERECHT KUNNEN OM ZICH TE LATEN TESTEN

Het aandeel mensen dat met ofwel het landelijk nummer bekend is, ofwel de website van de Rijksoverheid om een testafpraak te maken, neemt nog langzaam toe. Met het telefoonnummer is een derde van de mensen bekend en met de website een kwart.

### Weet je waar je terecht kunt als je een afspraak wilt maken om je te laten testen?



### Waar kun je terecht?\*

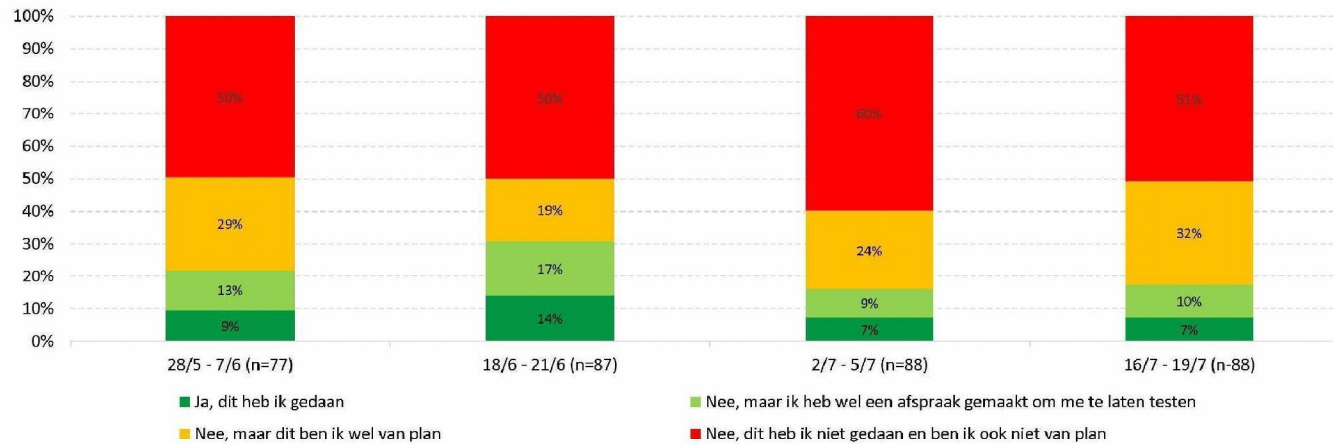


\* Alleen gevraagd indien men weet, of denkt te weten waar men terecht kan om een afspraak te maken. Gepercentreerd naar de hele populatie.  
 \*\* Alleen gevraagd indien respondent gisteren (milde) klachten had.

## DE HELFT VAN DE MENSEN MET (MILDE) KLACHTEN TEST ZICH NIET EN IS DIT OOK NIET VAN PLAN

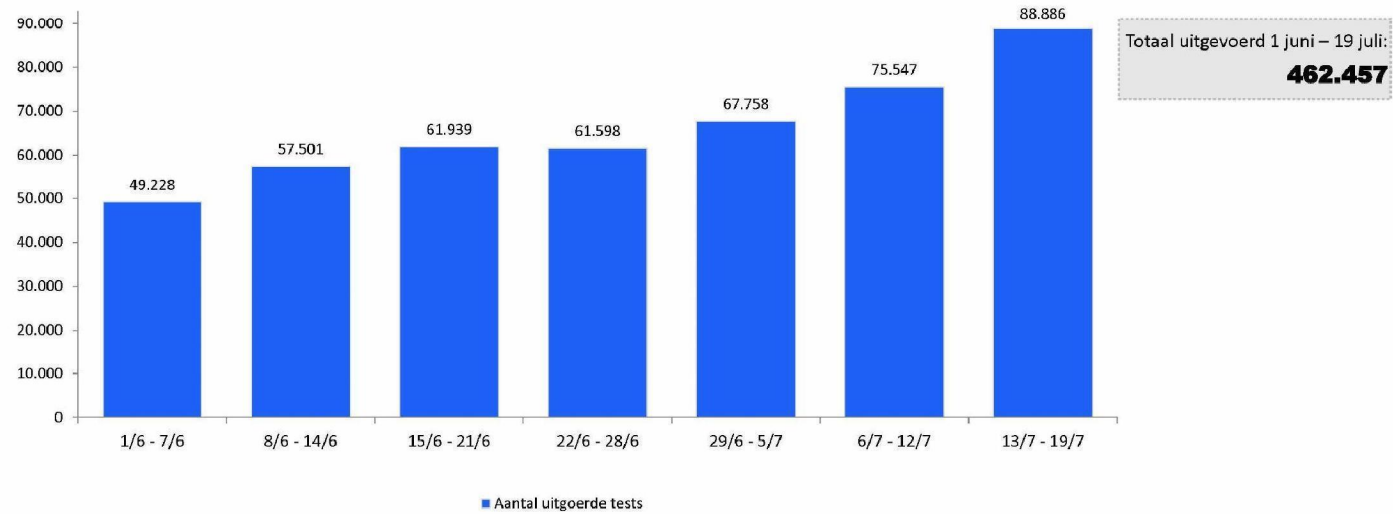
Twee op de tien mensen met (milde) klachten hebben zich laten testen of hebben een afspraak gemaakt om zich te laten testen. Drie op de tien mensen met klachten zijn nog van plan dit te (gaan) doen. De helft van de mensen met klachten geeft aan zich helemaal niet te laten testen. Dit aandeel lijkt ten opzichte van twee weken geleden te zijn afgenomen, maar de afname is niet statistisch significant.

### Heb je je laten testen?



## SINDS 1 JUNI WORDEN ER PER WEEK STEEDS MEER TESTEN UITGEVOERD

Het wekelijkse aantal testen bij een GGD teststraat, is ten opzichte van de eerste week in juni met 80% toegenomen in de periode van 13 juli tot en met 19 juli.

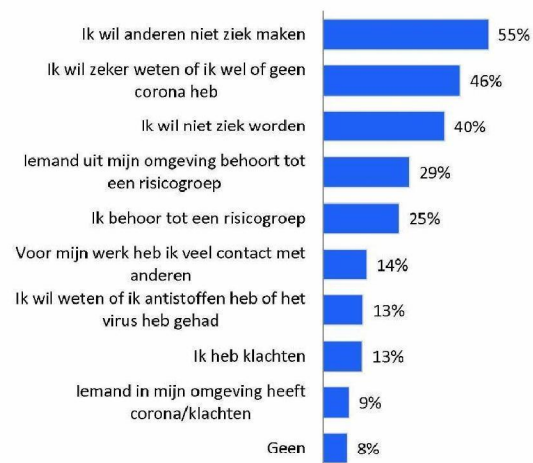


Bron: RIVM. Deze cijfers gaan over de door de GGD'en geteste personen. Daarnaast worden door anderen (o.a. huisartsen en ziekenhuizen) ook testen uitgevoerd.

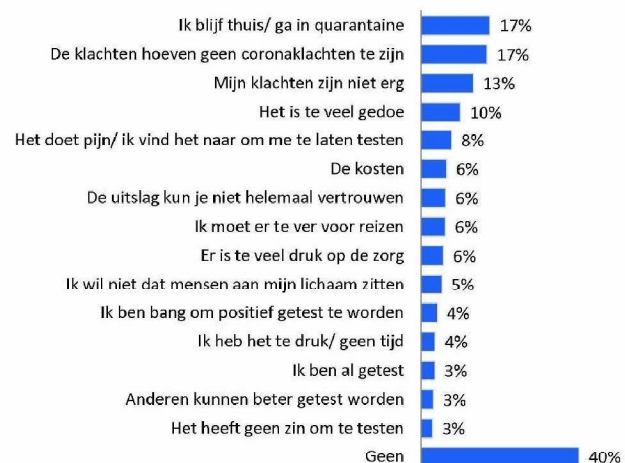
## DE MEESTE MENSEN ZOUDEN ZICH LATEN TESTEN OM ANDEREN NIET ZIEK TE MAKEN

Dit wordt vaker genoemd als reden om te testen dan dat mensen zeker willen weten of zij wel of geen corona hebben. De twee meest genoemde redenen om niet te testen zijn dat de klachten volgens mensen geen coronaklachten hoeven te zijn en dat zij zelf in quarantaine gaan. De mate waarin de redenen om wel of niet te testen genoemd worden, is in de afgelopen weken stabiel gebleven.

### Redenen om te testen



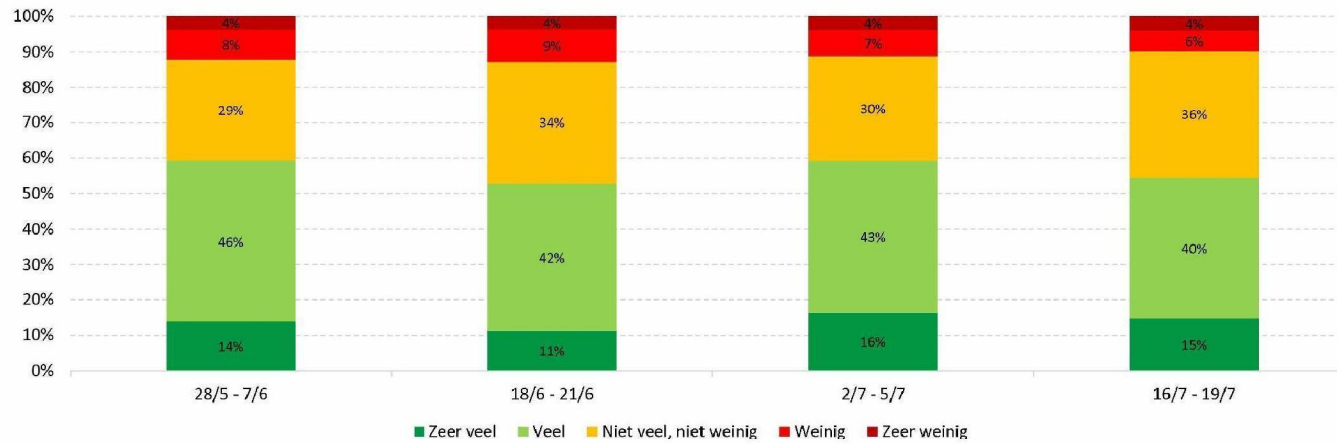
### Redenen om niet te testen



## EEN MEERDERHEID VAN DE MENSEN DENKT DAT BRON- EN CONTACTONDERZOEK (ZEER) VEEL HELPT

Dit aandeel is stabiel gebleven ten opzichte van twee weken geleden.

### In hoeverre helpen testen bij klachten en bron- en contactonderzoek volgens jou?



## CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN

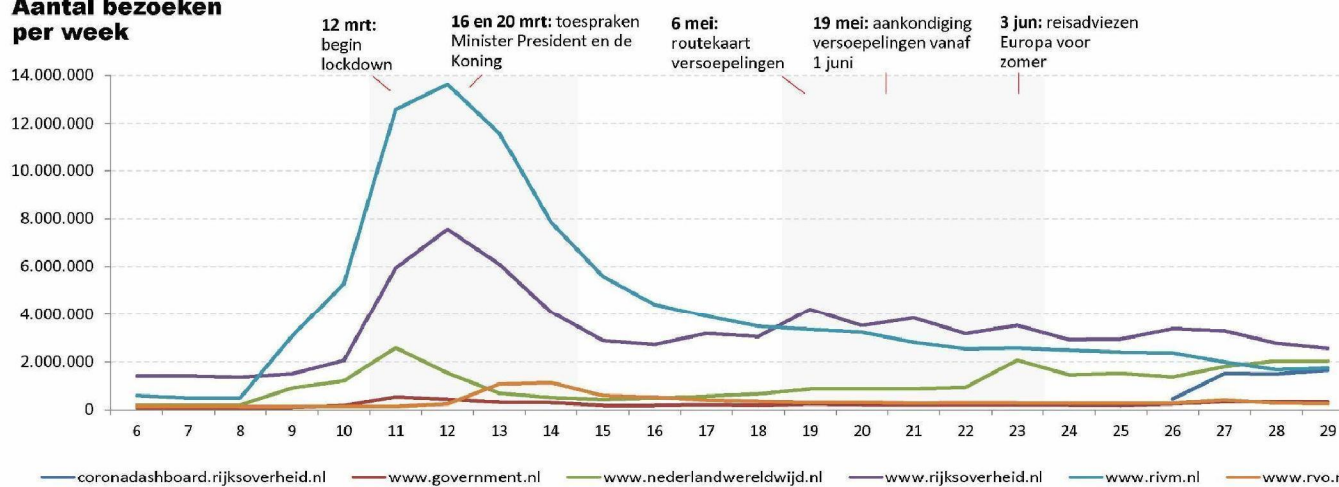


- Achtergrond en doelstellingen
- Effecten hoofdcampagne
- Effecten deelcampagne testen
- > **Webstatistieken**
- Aanvullende indicatoren en  
overige inzichten
- Onderzoeksverantwoording

## IN DE AFGELOPEN TWEE WEKEN IS DE WEBISTE VAN DE RIJKSOVERHEID RIJM TWEEËNEENHALF MILJOEN KEER PER WEEK BEZOCHT

De websites van Nederland wereldwijd, het RIVM en het coronadashboard zijn allen in de afgelopen twee weken gemiddeld anderhalf- tot tweemiljoen keer per week bezocht. De Engelstalige website van de Rijksoverheid en de site van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland zijn beiden ongeveer driehonderdduizend keer per week bezocht.

### Aantal bezoeken per week

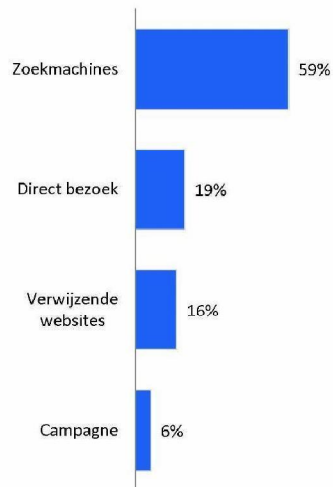


Bron: Piwik

## DE INFORMATIEPAGINA 'TESTEN' IS IN DE AFGELOPEN TWEE WEKEN HET MEEST BEZOCHT, NAMELIJK RUIM EEN MILJOEN KEER

Ongeveer zes op de tien bezoekers van de website van de Rijksoverheid is afkomstig van zoekmachines. Eén op de twintig bezoekers belandt via campagne-uitingen zoals online banners of video's op de site.

### Herkomst bezoek rijksoverheid.nl



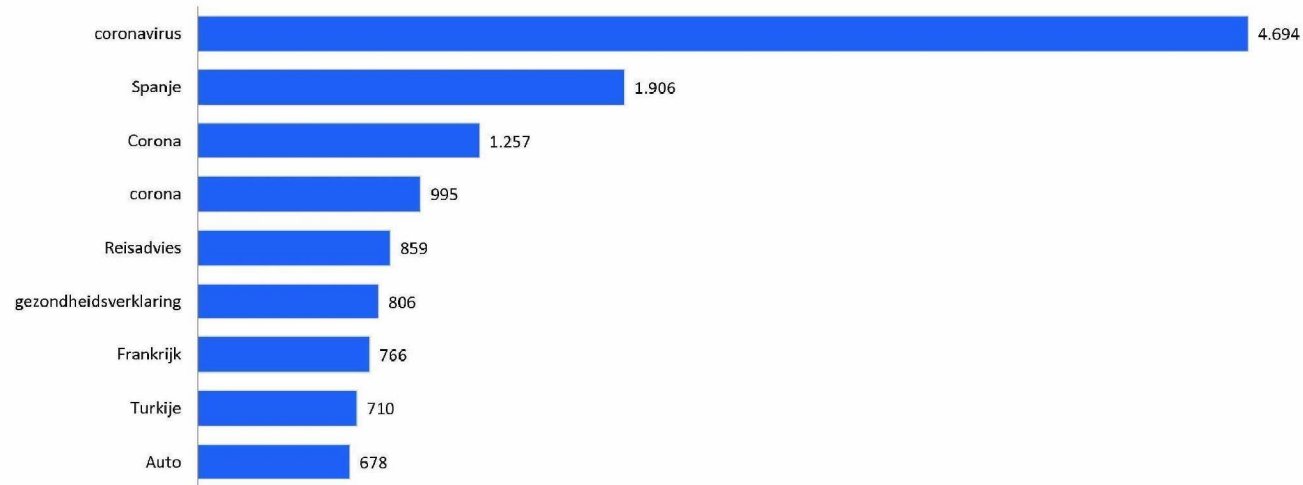
### Meest bezochte pagina's rijksoverheid.nl



## 'CORONAVIRUS' IS IN DE AFGELOPEN TWEE WEKEN DE MEEST GEBRUIKTE ZOEKOPDRACHT OP DE SITE VAN DE RIJKSOVERHEID

Naast zoektermen die met Corona te maken hebben, is te zien dat mensen met vakanties en reisadviezen bezig zijn voor verschillende landen, met name Spanje, Frankrijk en Turkije.

### Interne zoekopdrachten rijksoverheid.nl



## CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN

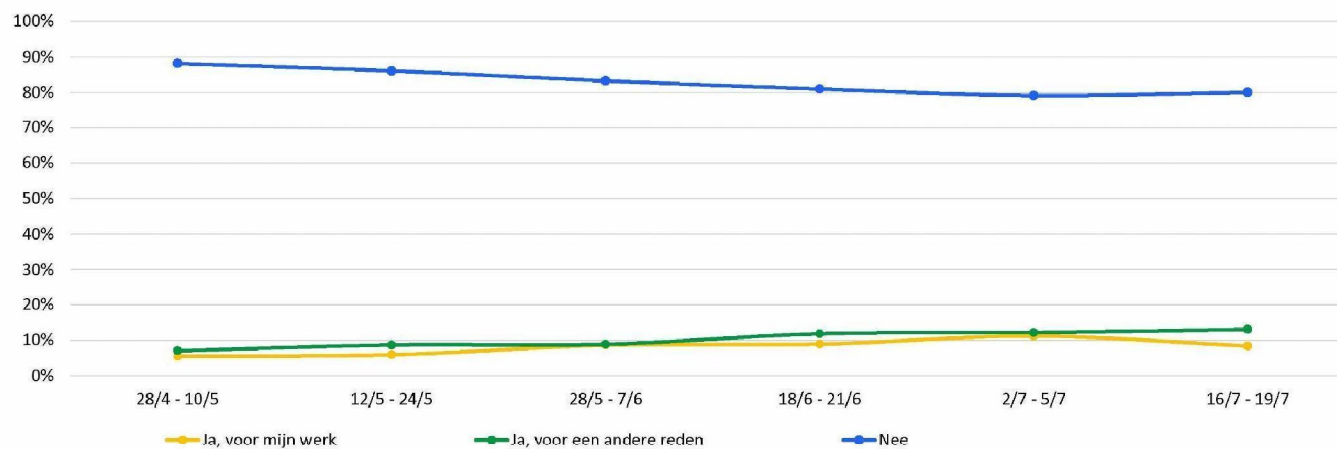


- Achtergrond en doelstellingen
- Effecten hoofdcampagne
- Effecten deelcampagne testen
- Webstatistieken
- > Aanvullende indicatoren en overige inzichten
- Onderzoeksverantwoording

## STEEDS MEER MENSEN GEBRUIKEN HET OPENBAAR VERVOER VOOR ANDERE REDENEN DAN VOOR WERK

Het aandeel mensen dat géén gebruik maakt van het ov, namelijk acht op de tien, is in de afgelopen maand stabiel gebleven. Wel zien we dat het aandeel mensen dat voor andere redenen dan voor werk gebruik maakt van het ov sinds eind april is verdubbeld. Voor het eerst is het aandeel mensen dat om andere redenen dan voor werk gebruik maakt van het ov, groter dan het aandeel mensen dat voor werk met het ov reist.

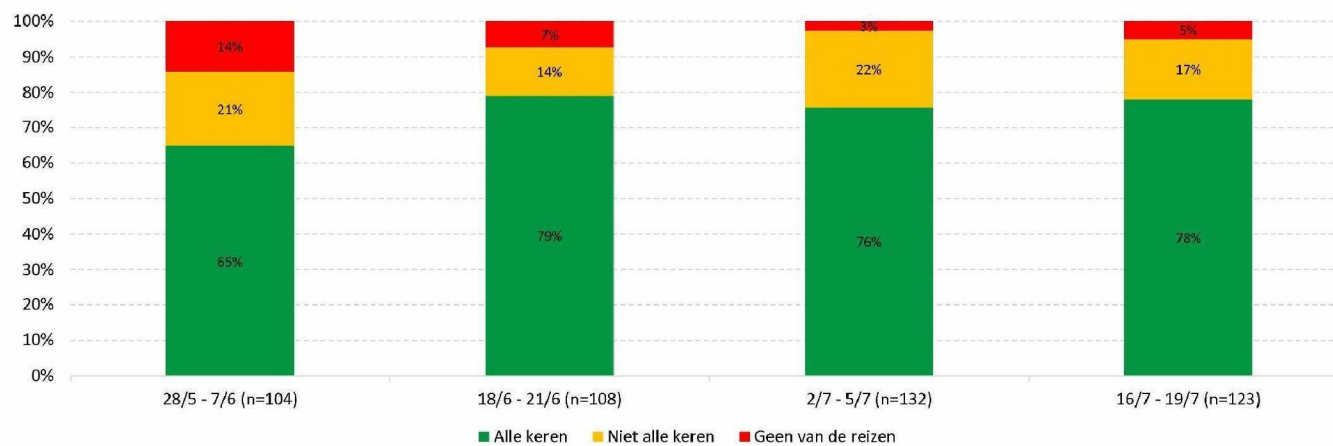
### Heb je vorige week gebruik gemaakt van het openbaar vervoer?\*



## HET AANDEEL MENSEN DAT IN HET OV VAN EEN MONDKAPJE GEBRUIK MAAKT, IS SINDS HALVERWEGE JUNI STABIEL

Ongeveer één op de twintig mensen geeft aan helemaal géén gebruik te maken van een mondkapje tijdens het reizen met het openbaar vervoer. Driekwart van de mensen gebruikt alle keren een mondkapje in het OV.

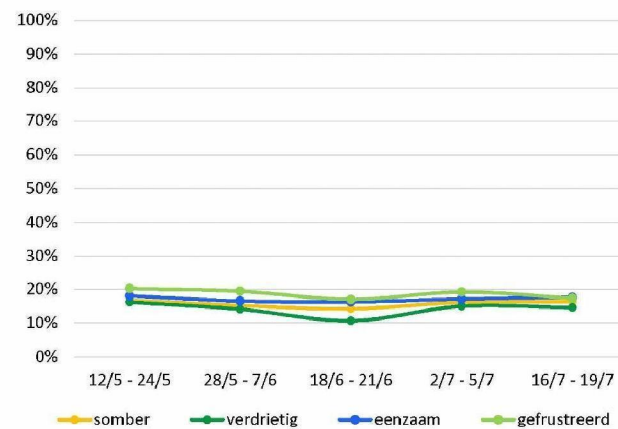
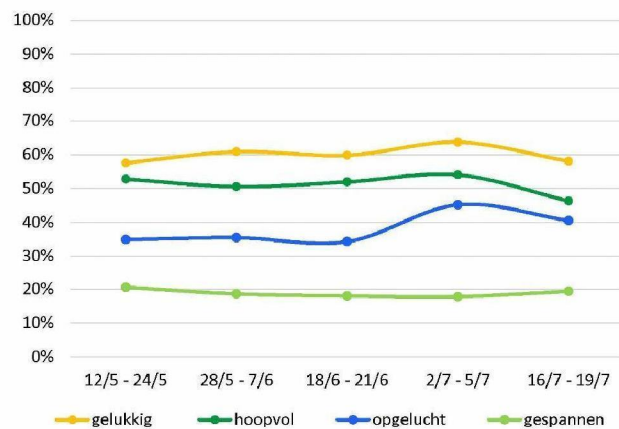
### Gebruik gemaakt van een mondkapje



## TEN OPZICHTE VAN TWEE WEKEN GELEDEN, VOELEN MINDER MENSEN ZICH GELUKKIG EN HOOPVOL

Hoewel deze twee positieve gevoelens nog steeds prevaleren, zien we in de afgelopen weken een afname in het aandeel mensen dat zich meestal of voortdurend gelukkig of hoopvol voelt. Het aandeel mensen dat zich opgelucht voelt, lijkt eveneens af te nemen. Deze afname is echter niet statistisch significant. Ten aanzien van de overige gevoelens zoals spanning of frustratie, zien we geen opvallende ontwikkelingen.

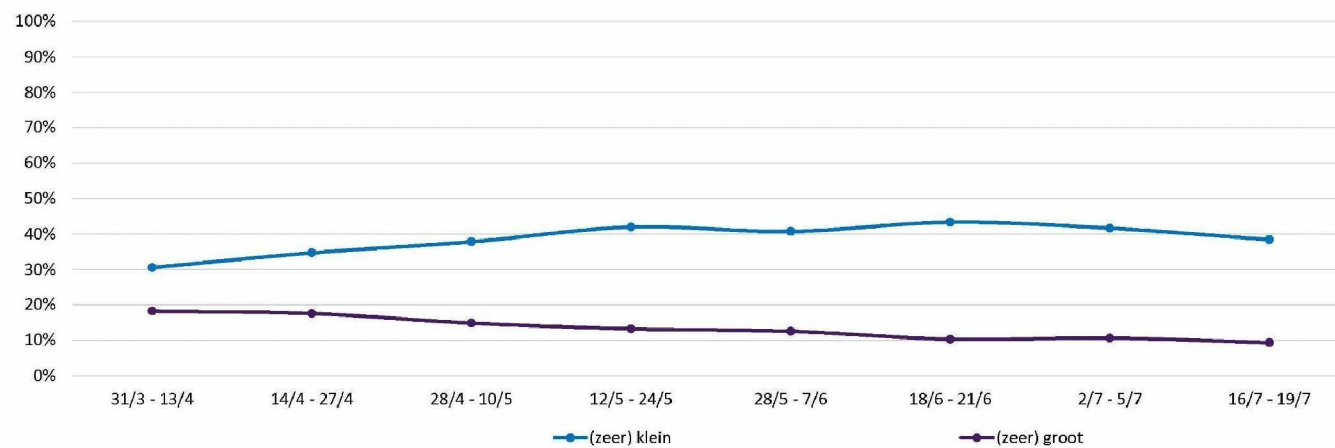
### Hoe vaak voelde je je in de afgelopen week...? % meestal of voortdurend



## DE DALING VAN DE PERCEPTIE OM BESMET TE RAKEN MET HET CORONAVIRUS, ZET NIET VERDER DOOR

In de afgelopen vier weken is het aandeel mensen dat de kans (zeer) groot inschat om besmet te raken een stabiele één op de tien. Tegelijkertijd lijkt het aandeel mensen dat de kans (zeer) klein inschat om besmet te raken in de afgelopen vier weken af te nemen. Deze afname is echter niet statistisch significant.

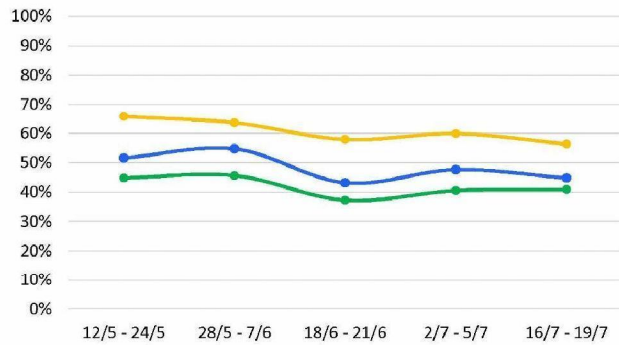
### Ingeschatte kans om besmet te raken



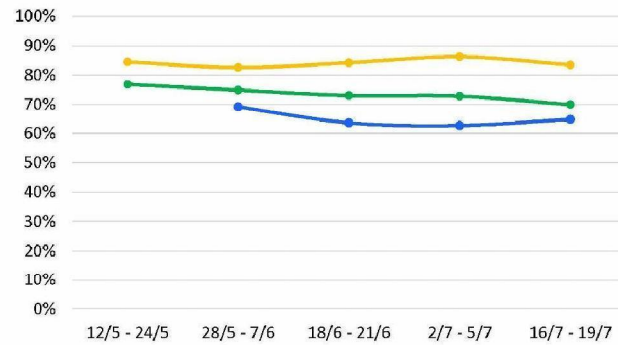
## HET LUKT MENSEN STEEDS MINDER GOED OM OP STRAAT, BIJ BEZOEK EN IN WINKELS AFSTAND TE HOUDEN

Sinds halverwege mei zien we in deze drie situaties een significante afname van het aandeel mensen dat naar eigen zeggen meestal of altijd erin slaagt om anderhalve meter afstand te houden. Op perrons of bij haltes in het ov en in het park of in de natuur, is dit redelijk stabiel.

In hoeverre lukt het je om 1,5 meter afstand te houden? - % Lukt meestal of altijd\*



- In de supermarkt
- Als ik op bezoek ga of bezoek ontvang
- In winkels (anders dan de supermarkt)



- Op straat
- In het park of in de natuur
- Op perrons of bij haltes in het openbaar vervoer

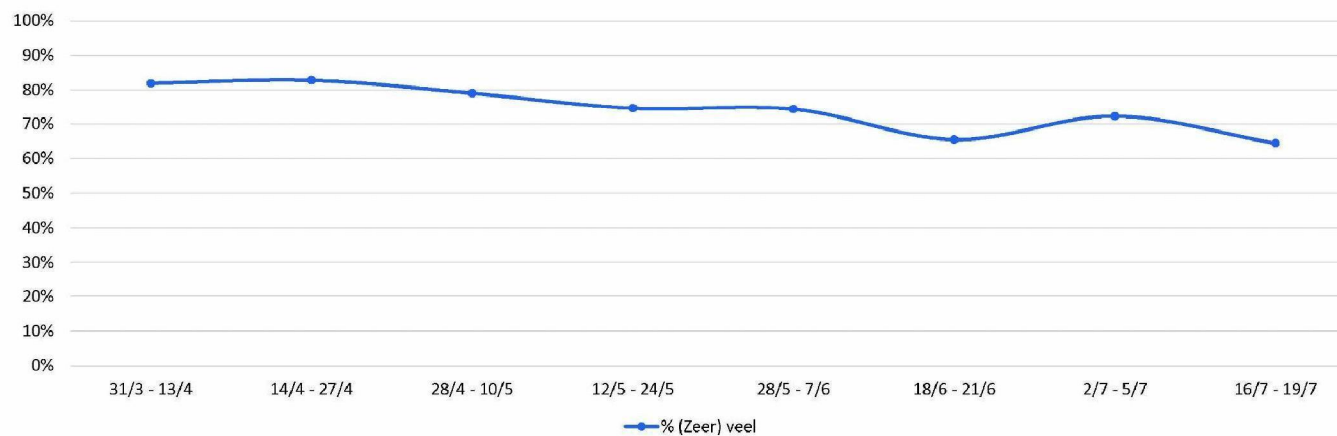
\*Alleen indien de situatie voor men van toepassing is.



## HET AANDEEL MENSEN DAT DENKT DAT DE MAATREGELEN HELPEN BIJ HET AFREMME VAN DE VERSPREIDING VAN HET CORONAVIRUS, NEEMT VERDER AF

Na een opleving van het aandeel mensen dat denkt dat de maatregelen (zeer) veel helpen bij het afremmen van de verspreiding van het coronavirus, neemt dit aandeel weer af van zeven naar zes op de tien mensen.

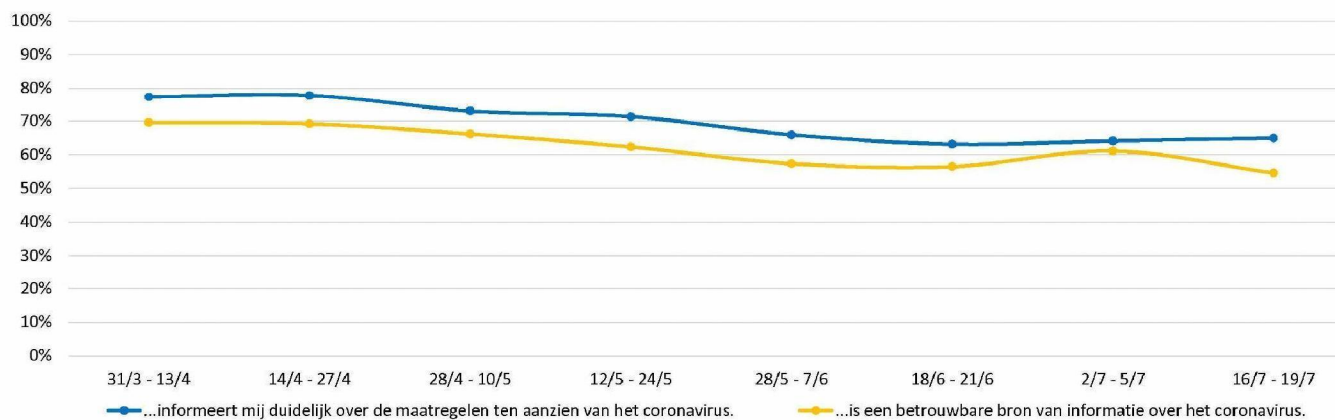
### In hoeverre helpen de ingestelde maatregelen volgens jou bij het afremmen van de verspreiding van het coronavirus?



## DE PERCEPTIE VAN DE RIJKSOVERHEID ALS EEN BETROUWBARE BRON VAN INFORMATIE OVER HET CORONAVIRUS, IS IN DE AFGELOPEN WEKEN GEDAALD

Het aandeel mensen dat van mening is dat de Rijksoverheid duidelijk over de maatregelen informeert, is in de afgelopen maand stabiel gebleven. Gemiddeld zes op de tien mensen is het daarmee eens. Desalniettemin zien we na een opleving twee weken geleden, een duidelijke daling in het vertrouwen van de Rijksoverheid als bron van informatie over het coronavirus.

### % (helemaal) eens – De Rijksoverheid...



## CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



- Achtergrond en doelstellingen
- Effecten hoofdcampagne
- Effecten deelcampagne testen
- Webstatistieken
- Aanvullende indicatoren en  
overige inzichten
- > **Onderzoeksverantwoording**

## ONDERZOEKSVERANTWOORDING



### METHODE, STEEKPROEF & WEGING:

In dit onderzoek is er sprake van een **onderzoeksofzet met periodieke metingen** die bestaan uit onafhankelijke steekproeven (N>600) om effecten op de doelstellingen van de campagne vast te stellen.

De data zijn voor zowel de voor- als nameting(en) **gewogen naar de Gouden Standaard** op de kenmerken geslacht, leeftijd opleidingsniveau en Nielsen regio.

### SIGNIFICANTIES & BENCHMARKS:

Om te kunnen constateren of de campagne de beoogde effecten heeft gerealiseerd hebben we significantietoetsen uitgevoerd tussen de metingen onder het algemeen publiek. Een verschil met een overschrijdingskans van  **$p < 0,05$  (95% betrouwbaarheidsinterval)** wordt als significant beschouwd. De benchmarks in dit rapport vormen het gemiddelde van de in de jaren (vanaf 2014) uitgevoerde Rijksoverheidcampagnes.

Door de uitkomsten van de huidige campagne af te zetten tegen de benchmark wordt het mogelijk om de uitkomsten van het onderzoek in het juiste perspectief te zetten.



[dvj-insights.com](https://www.dvj-insights.com)