



WAT WORDT DE REMINDER?

- *Voorwaarde:
Reminder moet aanwezig zijn op plek waar goede gedrag
vertoond moet worden en dan ook opvallen*
- Armbandje



D&B

VERSCHILLENDE OPTIES

- Siliconen armbandje
 - Mooier / professioneler / gaat langer mee
 - Kosten: (10)(2e) per stuk (obv 100.000 stuks)
 - Levertijd: 7 tot 12 dagen
- Papieren armbandje
 - Duurzamer
 - Kosten: (10)(2b) per stuk (obv 100.000 stuks)
 - Levertijd: 2 dagen



WAAR STAAT HET VOOR?

- *Voorwaarde:*
Gekoppeld aan concreet en specifiek handelingsperspectief
 - *Voor jezelf: herinnering aan concreet gedrag in specifieke situatie*
 - *Voor anderen: herkenbaar waar reminder voor staat*
- Eén maatregel: 1,5 meter afstand houden
- Eén herkenbare kleur



VERSCHILLENDE SOORTEN BANDJES

- *Voorwaardes:*
 - Keuzevrijheid binnen de kaders
 - Actieve commitment op naleven maatregel(en), het liefst publiekelijk
- Eén maatregel: 1,5 meter afstand houden
- Maar verschillende soorten bandjes – met verschillende motieven



HOE KOMEN MENSEN ERAAN?

- *Voorwaarde:*
Makkelijk te gebruiken/verkrijgen
- Gratis
 - Zero price effect
 - Pain of paying



HOE KOMEN MENSEN ERAAN?

- *Voorwaarde:*
Makkelijk te gebruiken/verkrijgen
- Onderdeel van de toolbox
- Via de post
- Supermarkten



ÓF TOCH IETS ANDERS?

- Eventueel alternatief voor het bandje
- Een laagdrempelige optie
- Iets dat je al in huis hebt
- *Voorwaarde:
Makkelijk te gebruiken/verkrijgen*



HOE INTRODUCEER JE HET?

- *Voorwaarden:*
 - Herkenbaar waar reminder voor staat
 - Duidelijke koppeling met persoonlijke motieven (persoonlijk nut moet duidelijk zijn)
 - Reminder moet aantrekkelijk (esthetisch) en populair ogen
- Kaartje erbij
- Campagne



KAARTJE

“Waarom vind jij 1,5 meter afstand houden ook thuis belangrijk?”

Met jouw ****NAAM****bandje laat je duidelijk zien aan je vrienden, familie en anderen dat je **ook thuis 1,5 meter afstand** houdt én waarom jij dit belangrijk vindt. Zo voorkom je meteen ongemakkelijke situaties waarin je dit moet uitleggen.

*Symbool hartje met schild: ik wil mijn vrienden en familie beschermen

*Symbool hartje en iets van de zorg: ik wil onze hulpverleners steunen

*Symbool hartje met luidspreker: ik wil vriendelijk delen dat ik graag afstand wil houden



CAMPAGNE

- Onderdeel van een grotere campagne. Waarin je alles in een groter kader plaatst. En ook de intrinsieke motivatie aanspreekt.
- *“Ook al is het lastig, het is belangrijk dat we ons aan de maatregelen blijven houden. Ook thuis. Bescherm jezelf en je bezoek.”*



EXTRA

- *Voorwaarde:*
Herkenbaar waar de reminder voor staat
- Symbool (emoticon) ontwikkelen dat 1,5 meter afstand houden toont
 - Armbandje
 - Posters en ander communicatiemateriaal
 - WhatsApp
 - Facebook



RISICO'S

- *Assumptie (!):
Mensen willen zich wel aan de coronamaatregelen houden in de
thuissituatie, maar vinden dit moeilijk*
 - Obv bestaand onderzoek niet goed te zeggen of dit klopt
 - Voorkeur: aanvullend onderzoek: analyse + concepttest
 - 2 focusgroepen (n=16): ongeveer 7k-10k (paar dagen
doorlooptijd)



RISICO'S

- Weinig afbreukrisico
- Mogelijk wel weinig effect
 - Geldverspilling
 - Niet duurzaam



VOORWAARDEN *EFFECTIVITEIT* ZICHTBARE REMINDER

- Reminder moet aanwezig zijn op plek waar goede gedrag vertoond moet worden (pleit voor op het lichaam) en dan ook opvallen
- Gekoppeld aan concreet en specifiek handelingsperspectief
 - Voor jezelf: herinnering aan concreet gedrag in specifieke situatie (pleit voor focussen op één concrete maatregel: bijv. 1,5 meter afstand in thuissituatie)
 - Voor anderen: herkenbaar waar reminder voor staat (pleit ook voor focussen op één concrete maatregel, zodat iedereen weet waar het voor staat)
- Actieve commitment op naleven maatregel(en), het liefst publiekelijk



VOORWAARDEN *GEBRUIK* ZICHTBARE REMINDER

- Reminder moet aantrekkelijk (esthetisch) en populair ogen (anderen – rolmodellen/vergelijkbare anderen – gebruiken het ook)
- Duidelijke koppeling met persoonlijke motieven (persoonlijk nut moet duidelijk zijn)
 - Ongemak wegnemen in sociale situaties
 - Je eigen of andermans gezondheid beschermen door maatregel(en) na te leven
- Keuzevrijheid binnen de kaders (bijv. verschillende bandjes met verschillende motieven zodat je zelf jouw motief kan kiezen)
- Makkelijk te gebruiken/verkrijgen



- Wokkelijk Verkrijgbaar
- betaalbaar
- populair
- meer geloofwaardig.



Mensen vinden het moeilijk!

zeker in de thuisituatie.

- o gevoel van onbijheid
- o gewoonte gedrag
- o denken dat anderen zich er ook niet aan houden

Zichtbare reminder.

hoe opte laten vallen?

Bandje zien = 1,5m



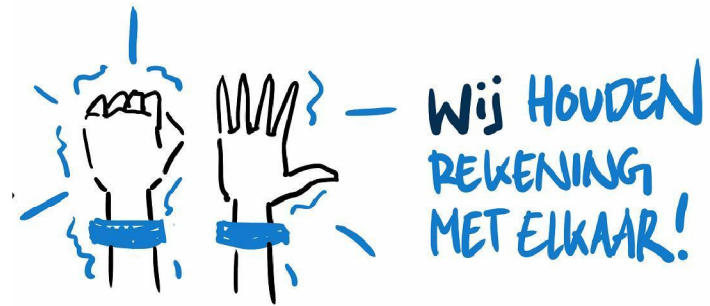
HOE KRIJGEN WE HET AAN DE MAN?



WAARVOOR GAAT HET BANJE STAAN.

EFFECTIEF ZICHTBAAR

ONGEMAK WEG HALEN & VELLIGHEID VOOR JEZELF EN ANDEREN.



GEDRAGSANALYSE

- Mensen willen zich in de thuissituatie wel aan de coronamaatregelen houden, maar vinden dit moeilijk
 - Lage self-efficacy: ongemakkelijk om bespreekbaar te maken
 - Sterke behoefte aan nabijheid (vanuit evolutie)
 - Gewoontegedrag
 - Negatieve social proof – pluralistic ignorance
- Aandachtspunt:
 - Hieronder ligt de assumptie dat mensen *wel willen*, maar *niet kunnen*. Dat er al intrinsieke motivatie is.



538280

