

Gedragmaatregel/interventie: social events thuis

Gevolgen van het niet handen wassen, niet afstand houden etc, visueel zichtbaar maken voor een heel breed publiek en laten zien dat de keuze die een individu maakt van invloed is grote groepen mensen. Ik denk dan aan visuele representatie van hoe een virus zich verspreidt en met welke snelheid en gericht op etentjes, verjaardagen, sociale evenementen. Een korte impressie kun je voor of tussen films en series zetten, in reclame blokken, op social media.

Boodschap/Lay-out maken die men kan 'plakken' op je Facebook profiel, waarmee je laat zien dat jij als persoon het belang vindt om de 1,5m in acht te nemen. Dit Bestaat ook voor andere doelen om steun te betuigen. Instagram Posts maken die mensen ergens kunnen downloaden en vervolgens zelf op hun insta kunnen plaatsen. Hiermee kan je verschillende boodschappen kwijt, je kan deze Posts ook door bekende Nederlanders of kunstenaars laten ontwerpen etc. Snapchat: idee

Experiment doen en laten zien, zoals in Japan is gedaan: <https://www.ad.nl/bizar/schokkend-japans-experiment-alle-gasten-van-buffetrestaurant-binnen-30-minuten-besmet~a85d2e2b/>

Laat via campagnes zien dat het ok is om je moeder (of tante Sjaan) die graag wil knuffelen (omdat het toch wel kan, toch) afstand te houden. Dit geeft mensen een script om fysiek contact te weigeren in dit soort lastige situaties. Deze boodschap moet wel gediversificeerd worden: voor iemand met een Turkse of Marokkaanse achtergrond is dit heel anders dan voor iemand met een afro-caribische achtergrond of autochtone achtergrond.

Mensen voorzien van kaartjes (met plakstrip) die ze op deur van toilet kunnen hangen met de boodschap: 'Help je corona buiten onze deur te houden? Desinfecteer het toilet svp na gebruik (klink,lichtknop, toilet en kraan). Dank je wel!

Risicocommunicatie gericht op de gastheer/gastvrouw (wat kan er gebeuren als tijdens uw samenkomst de regels niet worden nageleefd). Vervolgens biedt je handelingsperspectief aan de gastheer/gastvrouw, bv. :

5 vuistregels voor coronaproof bij elkaar komen.

- Spreek vooraf (bv in de uitnodiging) uw verwachtingen uit m.b.t. naleven van de coronaregels. Wees hierbij zo concreet mogelijk. Zoals 'ik wil dat iedereen zijn handen wast bij binnenkomst' of 'ik wil dat iedereen 1,5 meter afstand houdt van elkaar'.

- Zet zeep of desinfectiemiddel neer bij de entree en op de centrale plek waar u bijeenkomt.

- Serveer snacks in eenpersoonsporties (zoals ieder eigen bordje snacks, bakje chips etc.).

- Zet stoelen neer op 1,5 meter afstand.

- Spreek een signaal af dat je kunt gebruiken als iemand te dichtbij komt. (of gebruik het landelijke signaal als dat er is)

Is de ruimte te klein om 1,5 meter afstand te garanderen, zorg dan voor een andere locatie of verdeel uw bijeenkomst over meerdere momenten.

Jongeren kunnen het beste beïnvloed worden via social media. Influencers via tiktok, instagram en youtube hebben veel beïnvloed en jongeren luisteren naar deze mensen. Door de influencers vaker met een mondkapje of met gepaste afstand te laten poseren, wordt het gedrag 'normaler'. Ook kunnen influencers laten zien hoe je samen kunt komen terwijl de maatregelen worden nageleefd.

Vaak zijn moeders verantwoordelijk voor opstellingen e.d. van huisfeestjes (in Turkse/Marokkaanse settings). Via de moeder kun je dus het gedrag op het feest proberen te beïnvloeden. De moeders kun je proberen te bereiken via wijk/lokale organisaties (of andere kanalen die ze gebruiken) en in hun eigen talen.

Opvallend armbandje waarmee je laat zien dat je de maatregelen belangrijk vindt. Deze houd je omhoog als anderen geen afstand houden. Opbrengst van de verkoop van armbandjes (of buttons, of petjes) gaat naar zorgverleners. Armbandje makkelijk te koop zijn (liefst ook online), opvallend en liefst ook leuk zijn.

Laat edgy influencers (10)(2e) / niet van die die brave z (10)(2e)
een super 'lame' handsignaal bedenken waarmee je kan aangeven dat iemand te dichtbij komt je personal space. Of dat dient ter begroeting. Het moet echt zo 'lame' zijn dat het cool is. Dat het 'straat' is. En oudere mensen moeten het vooral echt heel stom vinden en het niet begrijpen. Van het bedenken van het handsignaal kan ook een challenge gemaakt worden. En daarna delen door de 'rolmodellen', de influencers. Leuk om er misschien ook een soort zinnetje of woord bij te doen. Ook door de doelgroep zelf bedacht. Laat hele zieke influencers in beeld komen (net als huil influencers-trend)
Tips voor wat je kunt doen of zeggen om een grote bijeenkomst af te slaan, of om duidelijk te maken dat je het belangrijk dat men zich aan de regels houdt
Inzicht in wat mensen in jouw postcodegebied doen (kleinere schaal dan stadsniveau): hoeveel testen, hoeveel infecties
Tips & tricks met hoe houd je verbinding / troost je elkaar / groet je elkaar zonder elkaar aan te raken? Leren van andere culturen
De politieke leiding (premier, ministers, kamervoorzitter, fractievoorzitters, voorzitters veiligheidsregio's etc) geven het goede voorbeeld, zowel in wekelijkse landelijke persconferentie, als andere momenten dat zij publiekelijk optreden, de pers of de media ontmoeten.
Cirkels in de tuin of in de (grote) woonkamer.
Flyers met informatie sturen naar huishoudens met tips en tricks over hoe je thuis de maatregelen kunt naleven. Wellicht 'corona-proof huis' starterskit meesturen
Laten zien via de overheid hoe je thuis op gepaste afstand toch die bbq of verjaardag kan organiseren. Dit kan in samenwerking met warenhuizen (bv Ikea) of met influencers (via insta).

Studenten geven ook aan dat ze wel de maatregelen willen naleven, maar het niet doen omdat niemand het doet. Iets minder 'advies' en iets meer dwang kan al redelijk wat verschil maken. Dit kan door de verschillende kanalen van de studenten te beïnvloeden

Als overheid adviseren dat in een groep een persoon loopt, de rest blijft zitten

Influencers uit de muziek, social media, maar ook sporters:

-ik doe het ook (positieve norm)

-Ook als het lastig is (erkennen dat het lastig is). Hoe houd je het vol. Wat is mijn tip Filmpjes, liedjes, testimonials

[Een video met vrij expliciete beelden uit de dagelijkse praktijk van jongeren die emotie oproept en aan het denken zet over de schadelijke gevolgen van het verspreiden van corona \(en hun rol daarin\). Denk aan deze Duitse campagne over rampspoort](https://youtu.be/nRmuaVPiodI)
<https://youtu.be/nRmuaVPiodI>. Of aan schokkende beelden op sigarettenpakjes.

Zag buitenlands spotje waarin iemand bij opa of vader op verjaardag ging. Begroeting met knuffel. Uitblazen kaarsjes op taart. Gezellig tafereel. Vervolgens beeld 10 dagen later. Opa op IC. Betwijfel of het werkt nu besmettingen oplopen maar aantal gevallen (nog) niet (spoor) niet met beleving). Maar boodschap meer gericht op waarde 'beschermen van naasten' is. Ik wil wel goed ipv alleen op bewustmaken van de regels.

Speelse Tool om te berekenen/te tekenen hoeveel (gast)eters jij aan je tafel kunt hebben met in achtname van de regels. Iemand wat betreft bezoek aan huis. Laat de resultaten een eye-opener zijn. Plak de uitkomst die er uit ziet als een postertje op jouw tafel en jouw huiskamer op de deuren in je huis. Effect: Heb jij al zo'n (gepersonificeerde) uitdraai hangen? Nee, ik mag nog doen, etc, etc. In huis herinnert hij je aan de (on)mogelijkheden.

• Gamification:

o Zo zou je een wedstrijd kunnen houden - eventueel in de vorm van een (reality) tv programma - welke mensen het langst in het gezin (kinderen, ouders en grootouders) het langst volhouden om coronavrij te blijven, terwijl ze toch minimaal een x-aan verschillende mensen zien en hun leven toch zoveel mogelijk als vroeger oppakken. Creatieve ideeën krijgen dan bonuspunten. De vraag is dan alleen hoe je dan een ander beloning/prijs dan een materiële (geld of cadeaubonnen of spullen) kunt bedenken. Het moet meer om de eer gaan.

o Je kan een wedstrijd uitschrijven om mensen zelf de beste ideeën te laten bedenken om zich én aan de coronamaatregelen te laten houden én zoveel mogelijk mensen te blijven zien/zoveel mogelijk door te gaan met het leven voor corona. Vervolgens kan je van de beste ideeën een campagne maken. Dit zou voor jongeren mogelijk via sociale media (een Instagram challenge) kunnen. Misschien zelfs als: "Ik heb al mijn vrienden kunnen zien en gewoon veel plezier kunnen maken en toch niemand besmet, door het volgende te doen.....".

Een soort stopwoord/signaal verzinnen die we allemaal kunnen gebruiken wanneer ieman de maatregelen niet naleeft. Bijvoorbeeld HA (houdt afstand) roepen wanneer iemand de 1,5m afstand niet bewaard. Dit kan in samenwerking met grote bedrijven (Heineken) en met reclamebureaus uitgewerkt worden. Zo'n stopwoord of signaal moet ook gediversificeerd voor verschillende doelgroepen. In Turkse/Marokaanse/Molukse gemeenschappen gelden namelijk soms andere normen

Commercial a la heineken met goede voorbeelden hoe je thuis afstand kan houden & op grappige manier bewust maken van gedragsregels: https://www.youtube.com/watch?v=XDD2Xhdq_Ds. In die trant kun je ook een commercial maken samen met de IKEA en andere woonwarenhuizen en/of als solidariteitsgeste naar horeca ("wij doen ons best voor jou, doe thuis ook je best")

Van te voren één persoon aanwijzen die verantwoordelijk is voor het aanspreken van anderen. Als dat vooraf is bepaald is drempel lager. Een soort Bob met als slogan "daarmee kun je gezond thuiskomen" / "bescherm je vrienden.". CORona, (Ik Bob heb je dan Cor). Het moet 'hip' zijn om de Cor te zijn. Dit kan via campagnes maar vooral voor jongeren via de social media (influencers, voetballers, etc.)

Een video met vrij expliciete beelden uit de dagelijkse praktijk van jongeren die emotie oproept en aan het denken zet over de schadelijke gevolgen van het verspreiden van corona (en hun rol daarin). Denk aan deze Duitse campagne over rampscenario's: <https://youtu.be/nRmuaVPiodI>. Of aan schokkende beelden op sigarettenpakjes. En dan de video's op verschillende manieren 'viral' laten gaan. Denk aan social media, maar ook dumpert. Zet in op streng straffen, correctie: een serie gifjes met boze schoolmeesters die je door kunt sturen aan mensen die de regels breken

Blijf jonge mensen in beeld brengen die gezond waren en maanden nadat ze Covid19 hebben gehad, nog steeds longklachten hebben: Covid19 kan langdurige ernstige en invaliderende klachten met zich meebrengen; laat zien dat dit geen uitzonderingen zijn, maar duizenden misschien al tienduizenden mensen betreft.

Serious game of een interactieve animatiefilm ontwikkelen: Bijvoorbeeld steeds verschillende scenario's aan de hand van keuzes beantwoorden van vragen en keuzes die iemand maakt en tot welke gevolgen dit leidt. Zie: <https://robindefilm.nl/>

Biedt aantrekkelijke digitale alternatieven voor het feestje thuis. Alle apps om te contacten zijn voor ver ik weet in een zakelijke saaie look met beperkte mogelijkheden(?). Biedt app's voor bijv. digitaal verjaardag vieren, digitaal bieren/borre. Een link vind je in de uitnodiging. Dus vertaal de huiselijke aanleiding/omstandigheid naar een aantrekkelijke digitale vorm elkaar te zien en te spreken. Vanuit het totaalbeeld kun je bijv een groepje vormen, een 1 op 1 gesprek aangaan, er is een functionaliteit voor het aanbieden van een cadeau. Het toezingen van de jarige etc.

Ipv boetes: meelopen op of in gesprek met mensen uit de zorg. Hoor/zie het met eigen ogen. Of: wie geen boete oploopt wordt t.z.t. uitgenodigd voor iets wat je graag wil (positief belonen) Een wild concert, een tof feest, maar ja, of die er na komen??

Ideeën om te stimuleren (middels campagnes bijv.)

Plak thuis op alle onderkanten van glazen waaruit gedronken wordt een ronde sticker met *1.5 METER, proost!*

Voldoende handgel, zakdoeken en handcrème faciliteren op voldoende plekken, niet alleen de ingang van een je huis/win

Een sticker op je fiets/raam/deurbel/brievenbus: ik houd afstand (of een button)

Toegepast richting jongeren zou deze boodschap wellicht meegedrukt kunnen worden op de onderkant van blikjes/flesje etiketten van jongeren-drankjes.

Gedragmaatregel/interventie: kantoren

Interventies om te stimuleren bij werkgevers

Leiding het goede voorbeeld laten geven: veel besturen/managers zitten op kantoor. Slecht voorbeeld doet slecht volgen. Interventie is dan besturen hiervan bewust maken. En het goede voorbeeld dan ook actief uitdragen. In de MT's aandacht de voorbeeldfunctie vragen en tips uitwisselen.

Een geliefd persoon uit de organisatie als coronapolitie (met humor, bijv. politiepet op of boevenpak aan) die mensen aanspreekt op kantoor op de regels. Denk ook aan 'koning TOTO'. Koning corona, of corrie corona, zoiets. Ook een optie: rouleren tussen afdelingen, iedere afdeling levert elke maand een dag een corona-agent. Zo worden veel mensen betrokken en zal draagvlak toenemen. En deze persoon wordt vriendelijker behandeld (denk aan verplichte fluitbeuren bij teamsport creëert respect voor de scheidsrechter) + optioneel ludiek filmpje bij maken zodat mensen weten bij wie ze terecht kunnen voor vragen en klachten. Deze persoon duimpjes of snoepjes uit laten delen ipv straffen. Misschien krijg je zelfs nog een kladeautje: bijv een doosje pepermunt met erop "niet dat ik het nodig heb want ik houd 1.5 m afstand"

Looplijnen en afgeplakte bureaus op een leuke manier, dus niet met verbodsborden voor de ingang maar bijv een plant voor de deur en kussens, gezellige sfeer creëren. Default inrichting.

Een soort belletje (of iets anders dat geluid maakt) op ieder bureau leggen. Hier kan iemand op drukken als hij of zij ziet dat regels niet worden nageleefd. Subtiële manier van collega's aanspreken.

Elke maandagochtend een korte briefing, waarin je incheckt met je team en vraagt hoe het gaat met de naleving van de re (dagstart-bord voor gebruiken)

Laagdrempelig meldpunt inregelen voor werknemers die verplicht worden naar kantoor te komen (ook al is dat niet essen voor het werk). Daarna betrokken werkgevers bellen en aanspreken en eventueel beboeten. Boete wordt gedoneerd aan zorg. Dit meldpunt ook goed onder de aandacht brengen.

Reminder door stickers of posters op verschillende plekken te hangen

Hip woord/uitspraak bedenken die beklijft. Dit woord kan je zeggen als iemand te dichtbij komt of over het algemeen de r niet naleeft. Hier ook communicatiespotje omheen organiseren. Bijv. door HA te zeggen (Houd Afstand). Of iets hippers, kunnen we over nadenken.

Elke medewerker een eigen hygiënekit geven in een leuk, hip tasje. Bijv. drie modellen: buiktasje, keyboard, handtasje. Kit moet eenvoudig bijgevoerd kunnen worden en duidelijke instructies krijgen. Op bureaus dan een sticker plakken waar je je neer kan zetten precies in de vorm van de kit (speelt in op fluency).

Ambassadeurs aanwijzen binnen de organisatie, verdeeld over afdelingen (incl MT's), rouleren. Wel vrijwillig houden.

Campagne 'met griepverschijnselen blijf je thuis' en draagvlak hiervoor creëren bij management en aandeelhouders.

Posters met kwetsbare mensen: doordat jij je veilig gedraagt krijg ik geen corona! Kan ook een digitaal bord zijn met elke een nieuwe boodschap, maar wel met hetzelfde doel en vanuit dezelfde kwetsbare doelgroep ('band' opbouwen met die groep)

Voldoende handgelpaaltjes neerzetten, niet alleen bij de ingangen. Met een boodschap er bij om het belang te benadrukken

Stimuleren dat: Teamleider beloont thuisblijven bij klachten & testen. Dit voorbeeldgedrag wordt ook gedeeld met collega's. Hierdoor wordt het de norm.

Corona-proof 'in a box'- een doos die je kunt bestellen (net als de babydoos) met daarin ook voor kleinere bedrijven alles wat je nodig hebt tegen corona: vloerplan met voorbeelden van opstellingen en looproutes, desinfectiespul, checklists voor de ventilatie, koffiebekers met 'hou onze werkplek coronavrij', ... Met mogelijkheden het te personaliseren voor jouw bedrijf. Makkelijk bestelbaar en variërende prijzen afhankelijk van de grootte van je organisatie

Korte animaties of infographics over hoe virusdeeltjes zich door de werkplek kunnen verspreiden. Deze kunnen afgespeeld worden op schermen op de werkplek of opgehangen op strategische plaatsen. (denk aan animaties uit filmpjes als <https://youtu.be/n6QwnzbRUyA> en <https://youtu.be/FVIGhz3uwuQ>). En dan wel af laten wijken van de gebruikelijke film. Die zijn zo weinig creatief dat ze niet blijven hangen, Wellicht humor toevoegen zodat ze pakkend zijn.

(echt) lekkere koffie aanbieden in koffiebeker waarop staat dat je 1,5 meter-ambassadeur bent. En wellicht aan dat beker een armbandje hangen die je op kan doen. Beker gooi je weg, armbandje kan je omhouden? Of een sticker op de beker b die je op je kleding kan plakken.

Key chain met kleur (armbandje) waarmee je laat zien dat je afstand wil houden (en dat anderen dan ook bij jou doen). Armbandje kan je zowel privé als werk omhouden, denk aan Lance Armstrong bandje. Laat zien dat je het serieus neemt. I vanuit gedrag: als je iets eenmaal gezien hebt, zie je het voor je gevoel steeds vaker om je heen. Kan indruk wekken dat ve mensen coronamaatregelen belangrijk vinden = sociale norm

Teams in gesprek laten gaan met afdelingshoofd over wat van hun verwacht wordt. Gedeelde verantwoordelijkheid creëe

goede voorbeelden van hoe het in bedrijven kan weken (b.v. aanlopende band / afschermingen)) zodat vergelijkbare bedi denken, ik kan het ook.

Touch pen met lazerlampje om op afstand dingen aan te wijzen!

Bij iedere reservering van ruimte of werkplek pop-up met vraag of het echt nodig is om naar kantoor te komen

Handenscan: een apparaat waarmee je kunt zien hoe vies je handen zijn (zoals van die plaque-tabletten bij de tandarts)

Voorbeelden laten zien hoe je wél samen kan komen, koffie kan doen met een collega, kan vergaderen in een zaal, etc. Du hoe je je wél moet gedragen. Inclusief tips voor het sociaal-emotionele: hoe je mensen begroet/bijpraat.

Managers kunnen zich laten certificeren op 'vitaal werken' - een korte training die je op je cv kunt zetten, net zoals het aan medewerkers dat onder jouw leiderschap coronavrij werkt & hoe lang. Samenwerking met LinkedIn om dit op je profiel te kunnen weergeven.

Harde KPI's aan verbinden: In je Jaarevaluatie wordt meegenomen wat jouw bijdrage is aan het bevorderen van het welzijn/geondheid van je team. En bijv. (niet-financieel) beloning aan hangen, prijs, trofee, in sozavox.

Omgeving aanpassen: lift alleen kunnen openen met een desinfectiepompje, touchpen, etc. Of een liftassistent waardoor geen knopjes zelf meer in hoeft te drukken (kan alleen in liften van >2 personen)

[illegible]