

## Overleg Jongerencommunicatie Corona

Overleg 1 september 2020 via Webex

Aanwezig:

- 5.1.2e (Coalitie-Y, NJR)
- 5.1.2e (NJI)
- 5.1.2e (Programmadirectie Covid-19)
- 5.1.2e (VWS)
- 5.1.2e (AZ)
- 5.1.2e (AZ)

### Gespreksnotitie

- Feedback gevraagd op de televisiecommercial over de app. Deze is niet specifiek gericht op jongeren. Conclusie is dan ook dat het een prima en duidelijke commercial is, maar niet specifiek jongeren aanspreekt.
- Als in de campagne gebruikt wordt gemaakt van de inzet van influencers, dienen deze subtieler ingezet te worden. Bij de vorige uitingen was het duidelijk betaalde inzet (te kort door de bocht benoemen van de maatregelen) wat het ongelofwaardiger maakt.
- Om jongeren ertoe aan te zetten om de app te downloaden, is het van belang om de 'whats in it for me' te communiceren. Geef beweegredenen waarom je de app moet downloaden.
- Maak eventueel de vergelijking met andere apps die de meeste jongeren ook gebruiken om te benadrukken dat de privacy gewaarborgd is.
- Daarna zijn de mediavoorstellen van VICE en Hearst (Vogue, Cosmopolitan en Glamour) besproken. Voor beide voorstellen geldt dat:
- In de verhalen van Vice/Hearst niet alleen de extreme situaties belichten. Meer aandacht voor de persoonlijke motieven van jongeren die zich niet in een uitzonderlijke situatie bevinden, zodat het herkenbaar is voor een grote groep jongeren.
- Koppeling maken met herkenbare situaties en dilemma's waar jongeren tegenaanlopen.
- In de content mag ook naar voren komen dat het lastig is om je aan de maatregelen te houden. Het liefst gekoppeld aan een positieve afloop, hoe ze er ondanks de worsteling toch voor zorgen dat ze de regels naleven.
- Jongeren niet het gevoel geven dat zij worden uitgelicht als specifieke groep die het lastig vindt om zich aan de maatregelen te houden. Dit geldt immers voor iedereen.
- Laten zien wat juist wel kan. Focus leggen op mogelijkheden i.p.v. belemmeringen.
- Humor en licht sarcasme mag sterker aangezet worden. Nu nog te serieus karakter.
- Gebruik positieve redenen om je aan de maatregelen te houden, zoals volgend jaar weer naar een festival, uitgaan, brak je tent weer willen uitkomen op Lowlands (veelal op sociaal vlak).

### Overleg 27 augustus 2020 via Webex

#### Aanwezig:

- [redacted] 5.1.2e (Generation Youthcare)
- [redacted] 5.1.2e (Generation Youthcare)
- [redacted] 5.1.2e (Coalitie-Y)
- [redacted] 5.1.2e (Coalitie-Y, NJR)
- [redacted] 5.1.2e (Nji)
- [redacted] 5.1.2e (Poogrammadirectie Covid-19)
- [redacted] 5.1.2e (Poogrammadirectie Covid-19)
- [redacted] 5.1.2e (VWS)

#### Gespreksnotitie

- Terugblik eerdere campagne gericht op jongeren, naast massamediale Alleen Samen-campagne jongeren ook aangesproken via eigen (sociale) kanalen middels influencers + Q&A sessies van [redacted] 5.1.2e om vragen bij jongeren te beantwoorden.
- Voor het vervolg jongerencampagne wordt nu samenwerking gezocht met media(-uitgevers) met een groot jongerenpubliek, zoals Vice en SlamFM. Deze platformen wordt gevraagd mee te denken over de (creatieve) invulling van de communicatie zodat deze ook daadwerkelijk effectief is.
- Het aanspreken van jongeren in hun eigen taal en via hun eigen media wordt als een goede aanpak gezien. Erben deelt het voorbeeld van T-mobile: <https://youtu.be/Uj-zpXspxQ>.
- De doelstelling van communicatie richting jongeren is uiteindelijk dat ook zij zich aan de (1,5 meter-) maatregelen houden; maar een simpel "houd je aan de regels" is te kort door de bocht en niet realistisch.
- Advies is begrip te tonen voor de (belevings-)wereld van jongeren: "Toon begrip voor de emoties, toon empathie: ze zijn niet egoïstisch, ze zijn jong. Willen *daten* en ervaren sociale druk als het gaat over coronaregels. Laat zien dat je begrijpt dat het voor jongeren helemaal niet makkelijk is."
- Advies is om jongeren serieus te nemen in het feit dat coronaregels volgen voor hen erg moeilijk is en creëer ruimte voor gesprek hierover: Wat heb jij nodig? Wat is wel haalbaar? Hoe kunnen we je helpen?
- Realistisch zijn: creëer gezonde ruimte voor jongeren, volg de regels naar redelijkheid en vermogen.
- Daarbij jongeren positief benaderen ipv wijzende vinger: Hoe geef jij je nieuwe sociale leven vorm? Hoe ga jij 't gesprek aan over coronaregels? Hoe check jij 't bij de vrienden?
- Rekening houden met corona gaat uiteindelijk ook over gezonde verstand gebruiken: hoe kunnen we jongeren helpen verantwoordelijkheid te nemen en het eigen gezonde verstand te gebruiken (of het nog te ontwikkelen)?
- Goed om daarbij de moeilijke situaties bij jongeren voor ogen te hebben (gaan we verzamelen) en heb aandacht voor kwetsbare jongeren, op het gebied van (mentale)

gezondheid of doordat zij een taalachterstand of een (licht verstandelijke) beperking hebben.

- Er wordt besproken of we het gesprek tussen overheid en jongeren niet structureler kunnen vormgeven. Zou er niet een corona-social team moeten komen dat bijhoudt wat er onder jongeren leeft, vragen beantwoord, kennissessies organiseert en gesprekken modereert ([Bol.com](#) wordt als goed voorbeeld genoemd en er is eerder samengewerkt voor realtime online Q&A's met NOSStories)

Aantal losse opmerkingen:

- Muziek is sweetspot: denk ook aan labels als Top Notch en Noas Arc.
- Werk ook met pictogrammen tbv jongeren die taal niet goed begrijpen of LVB zijn.
- Boodschappen door leeftijdsgenoten en rolmodellen spreken meer aan dan overheid.
- Naast de straat op, ook naar instellingen gaan, zoals gesloten jeugdzorg, zij hebben vaak minder toegang tot media.