

Campagne-effectmonitor

ALLEEN SAMEN



D V J I N S I G H T S © 2 0 2 0

CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



- > **Achtergrond en doelstellingen**
 - Effecten hoofdcampagne
 - Effecten deeltcampagne testen
 - Communicatieve werking
 - deeltcampagne testen
 - Aanvullende indicatoren en overige inzichten

ACHTERGROND

- 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 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 en aanvullende indicatoren gebundeld. Die resultaten worden op weekniveau gepresenteerd. Aanvullend wordt gerapporteerd over de communicatieve werking van de deelcampagne 'testen' en afzonderlijke uitingen in de periode 2 t/m 7 juli.
- 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
- Communicatieve werking
 - deelcampagne testen
- Aanvullende indicatoren en overige inzichten

CAMPAGNEDOELSTELLINGEN

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.

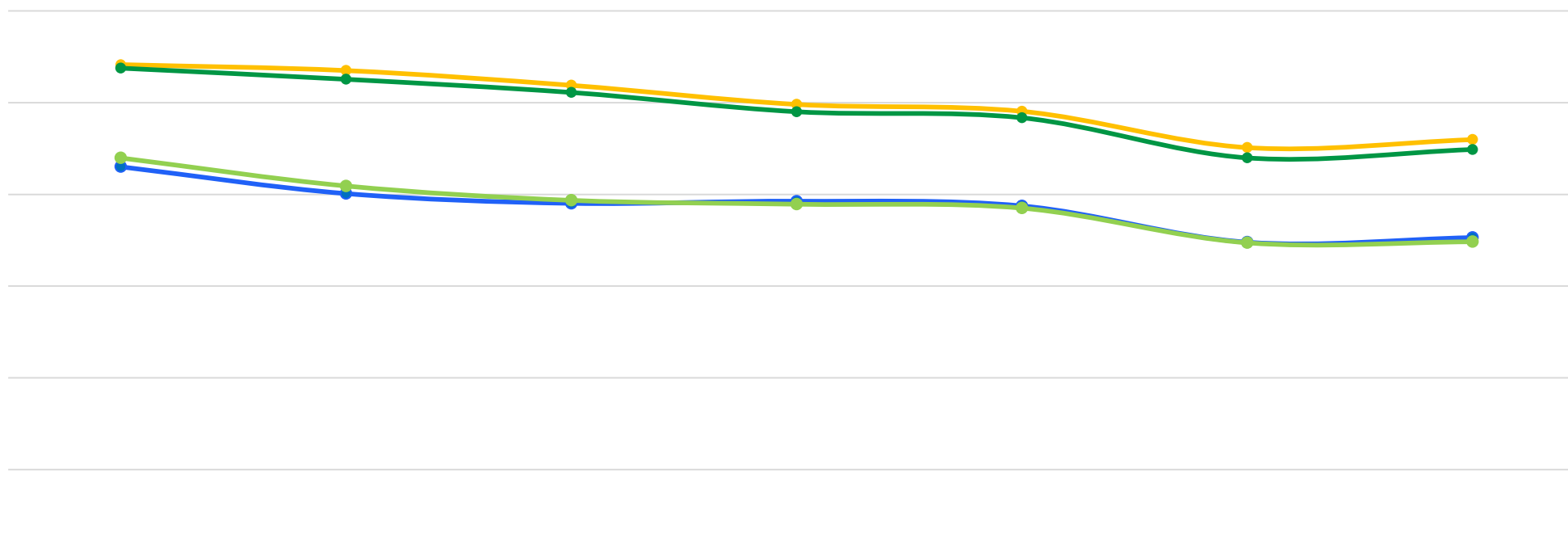
** Voor het meten van deze doelstellingen is mensen gevraagd wat zij gisteren (dus de dag voor de meting) of in de afgelopen week hebben gedaan.*



DE MOTIVATIE EN DE URGENTIE OM AFSTAND TE HOUDEN, BLIJFT STABIEL TEN OPZICHTE VAN TWEE WEKEN GELEDEN

De daling in de mate waarin men de maatregel belangrijk, nuttig, prettig en makkelijk sinds 31 maart zet niet verder door.

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

Onbelangrijk - Belangrijk

Nutteloos - Nuttig

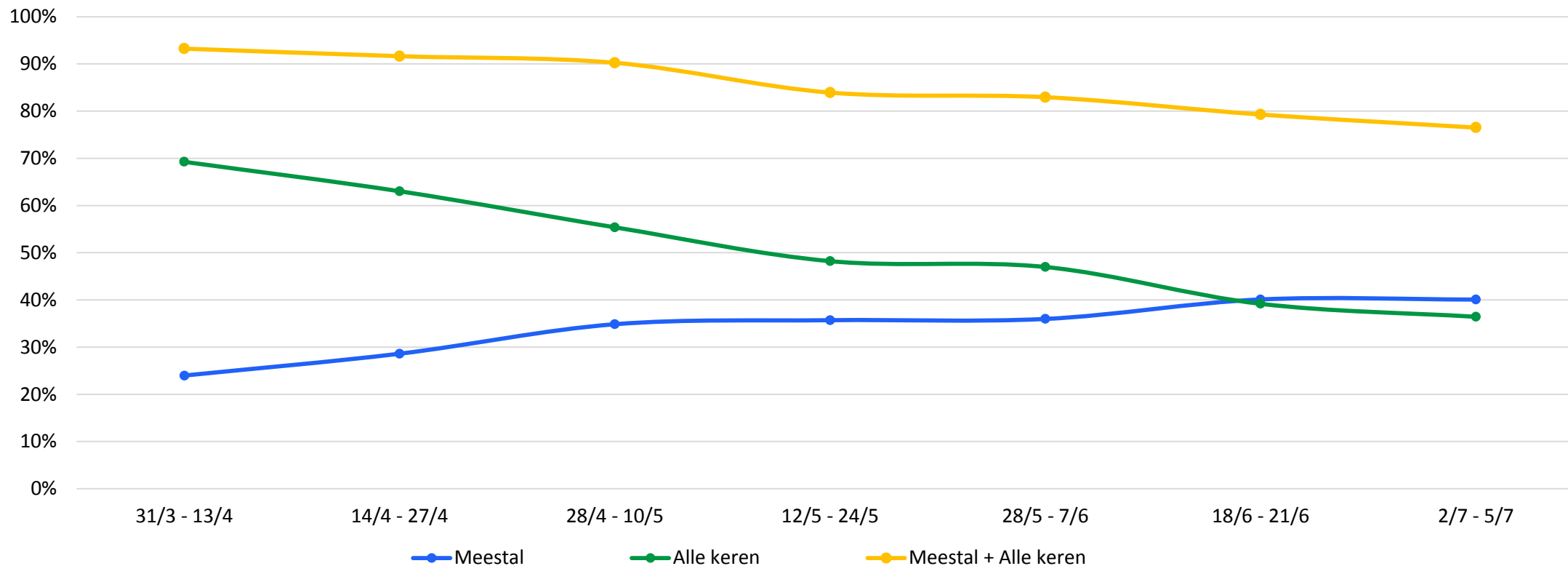
Onprettig - Prettig

Moeilijk - Makkelijk



STEEDS MINDER MENSEN HOUDEN ZICH AAN DE ANDERHALVE METER AFSTAND

Sinds 31 maart is het aandeel mensen dat zich meestal of alle keren aan de anderhalve meter afstand houdt, afgenomen van ruim negen op de tien naar minder dan acht op de tien. Het aandeel mensen dat zich alle keren aan de maatregel houdt blijft afnemen terwijl het aantal mensen dat de maatregel meestal naleeft in de laatste vier weken stabiliseert.

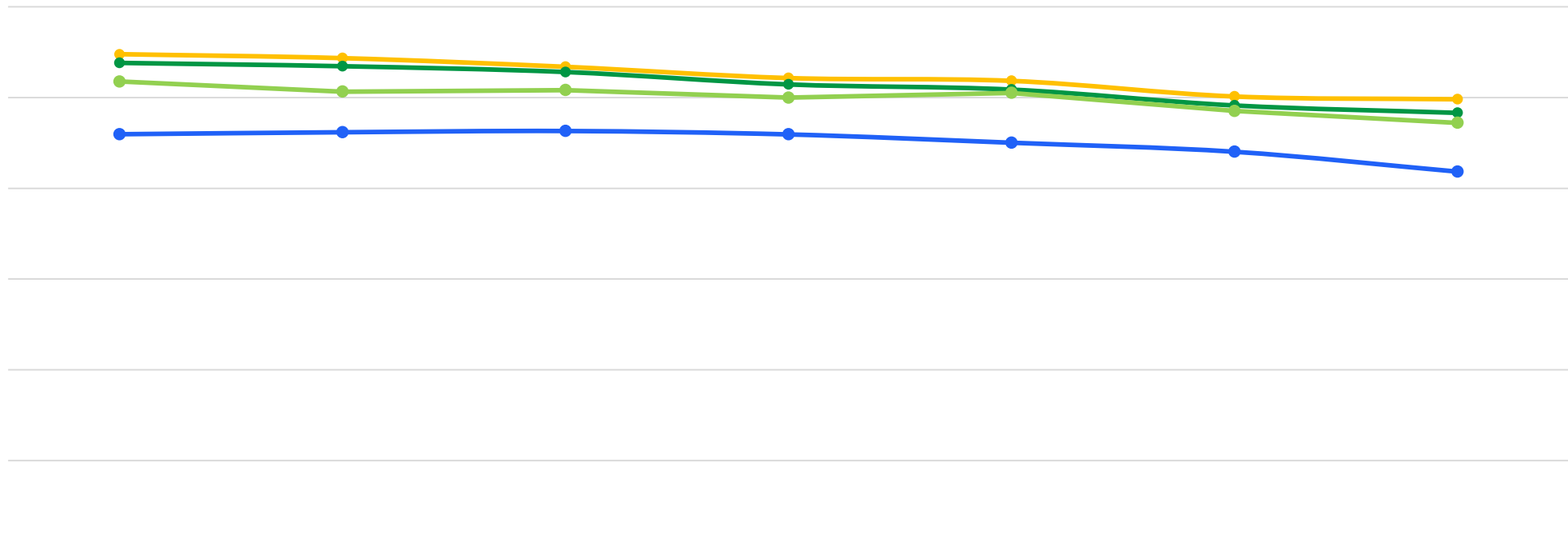




'HANDEN WASSEN' WORDT ALS MINDER PRETTIG GEZIEN DAN TWEE WEKEN GELEDEN

De geleidelijke afname van de motivatie voor- en urgentie van 'handen wassen', zet door. De mate waarin de maatregel makkelijk en prettig wordt gevonden nemen in de afgelopen maand het snelst af.

Belangrijk / Nuttig /
Prettig / Makkelijk



Onbelangrijk /
Nutteloos / Onprettig /
Moeilijk

Onbelangrijk - Belangrijk

Nutteloos - Nuttig

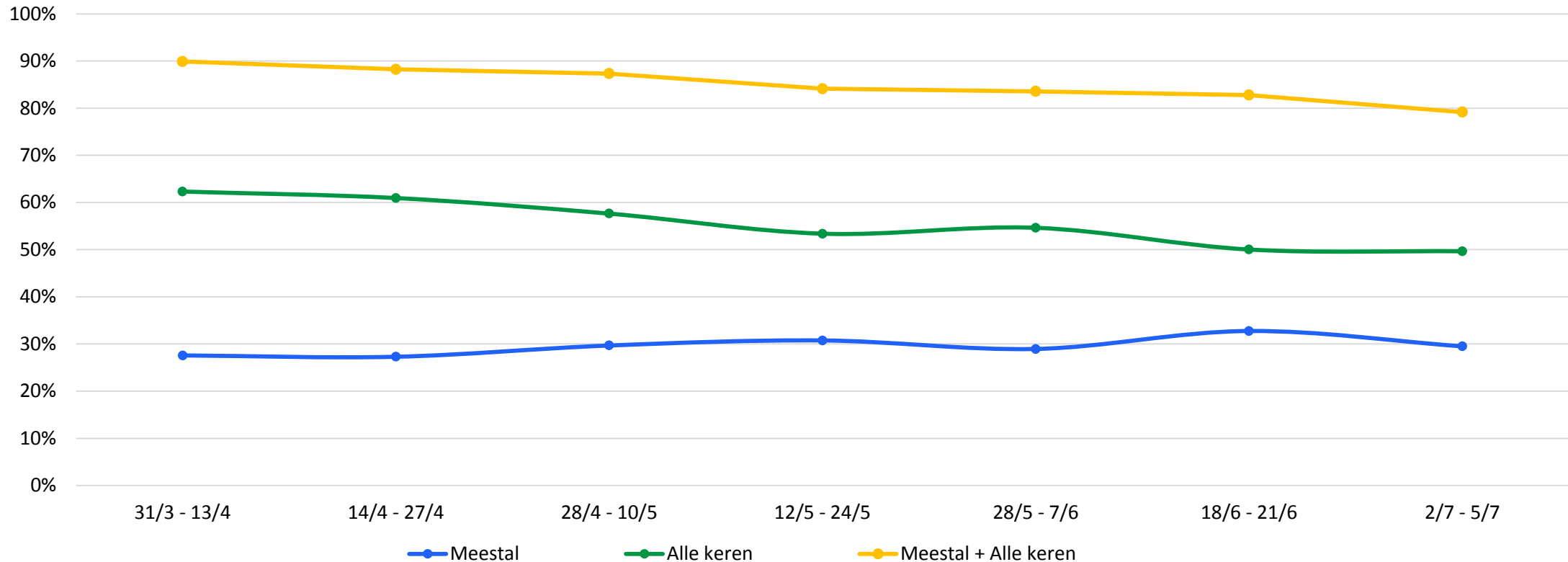
Moeilijk - Makkelijk

Onprettig - Prettig



STEEDS MINDER MENSEN WASSEN MEESTAL OF ALLE KEREN HUN HANDEN

De geleidelijke afname van het aandeel mensen dat meestal of alle keren de handen wast, zet door. Dit aandeel is sinds 31 maart afgenomen van negen naar acht op de tien. Het aandeel mensen dat aangeeft alle keren de handen te wassen, is ten opzichte van twee weken geleden stabiel gebleven, namelijk de helft. Het aandeel mensen dat meestal de handen wast lijkt af te nemen, maar dit is niet statistisch significant.

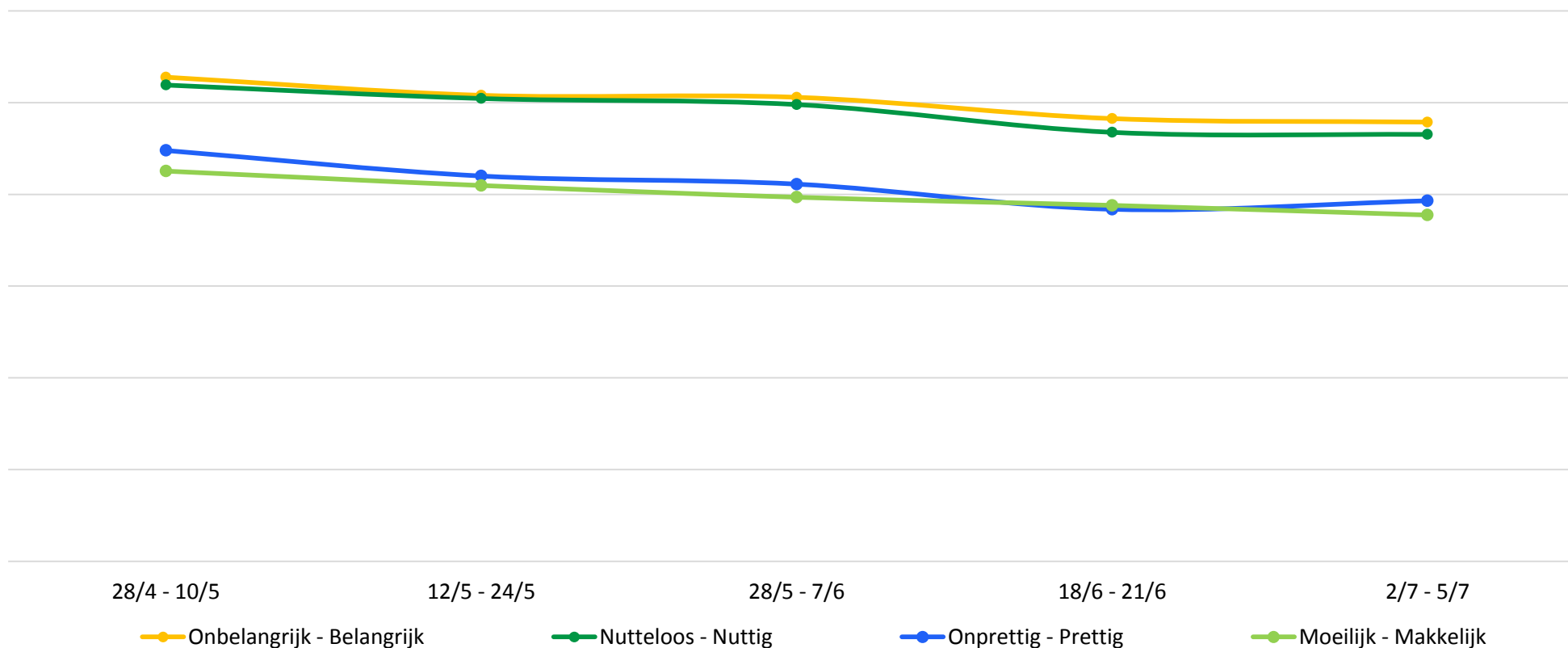


DE DALING VAN DE MOTIVATIE VOOR HET VERMIJDEN VAN DRUKTE EN DE ERVAREN URGENTIE HIERVAN, ZET NIET DOOR



De mate waarin het vermijden van drukte belangrijk, nuttig, prettig en makkelijk wordt gevonden, blijft stabiel ten opzichte van twee weken geleden.

Belangrijk / Nuttig /
Prettig / Makkelijk

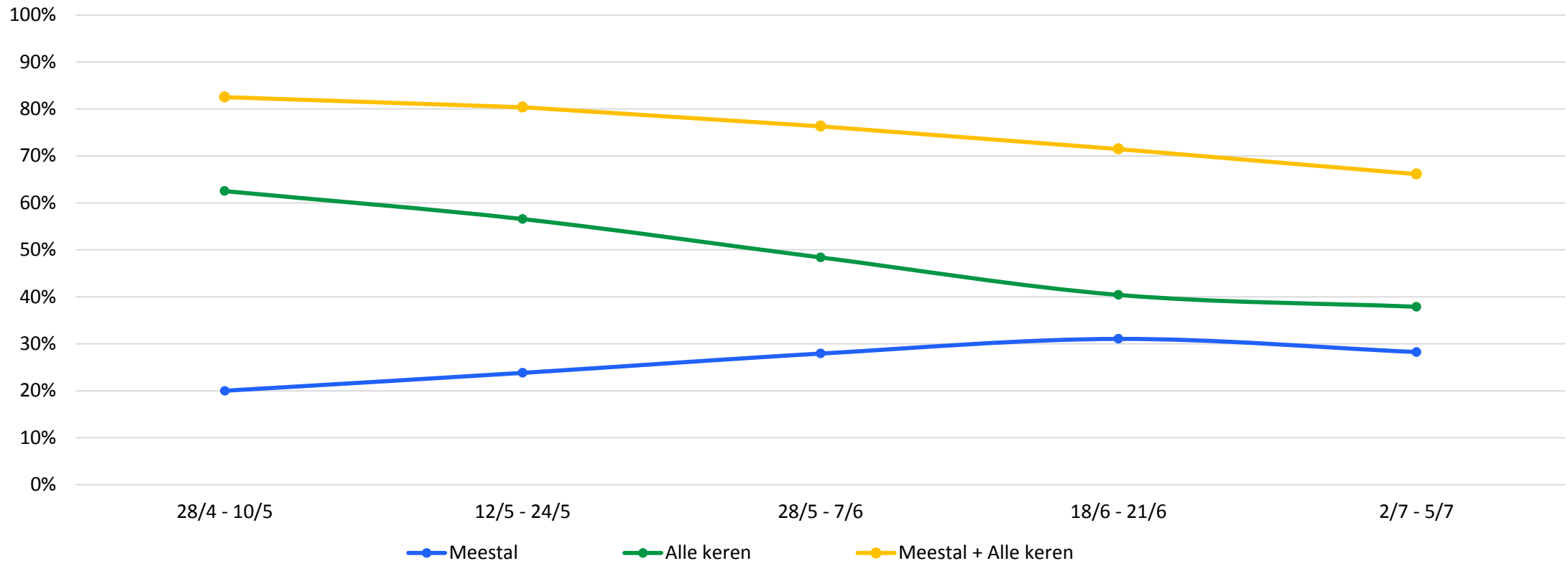


Onbelangrijk /
Nutteloos / Onprettig /
Moeilijk

STEEDS MINDER MENSEN VERMIJDEN DRUKTE



Hoewel het draagvlak voor de maatregel 'drukke vermijden' stabiel blijft, zet de daling van het aandeel mensen dat de maatregel naleeft door. Twee op de drie mensen geeft aan meestal of alle keren drukke te vermijden. Het aandeel mensen dat zich alle keren aan de maatregel houdt, neemt minder snel af dan in de periode van 28 mei tot en met 21 juni.

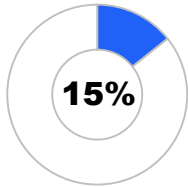


EÉN OP DE DRIE MENSEN MET KLACHTEN BLIJFT THUIS

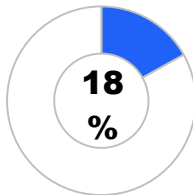


Verreweg de meeste mensen met één of meerdere milde klachten (neusverkoudheid, loopneus, hoesten, keelpijn, verhoging en/of koorts) geven aan dat zij niet de hele dag thuis zijn gebleven op de dag dat zij klachten hadden. Het aandeel is gelijk voor de groep mensen die zelf (milde) klachten hebben en/of samenwonen met een persoon met koorts. Het aandeel mensen dat wel thuisblijft, is ten opzichte van twee weken geleden verdubbeld naar één op de drie mensen (was één op de zes).

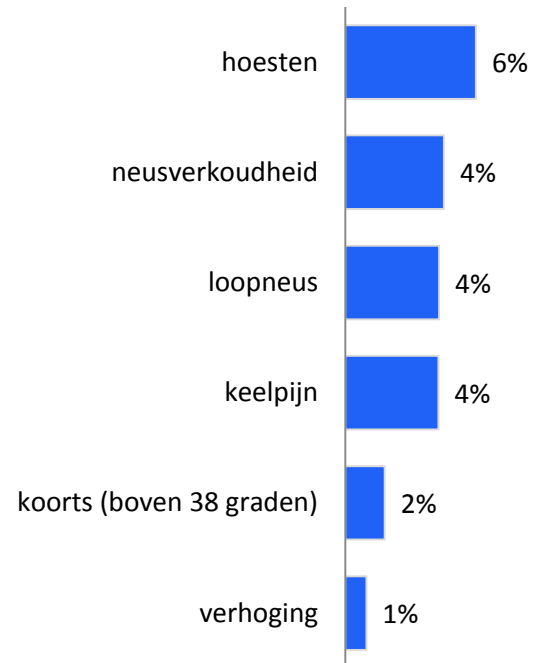
Mensen met milde klachten



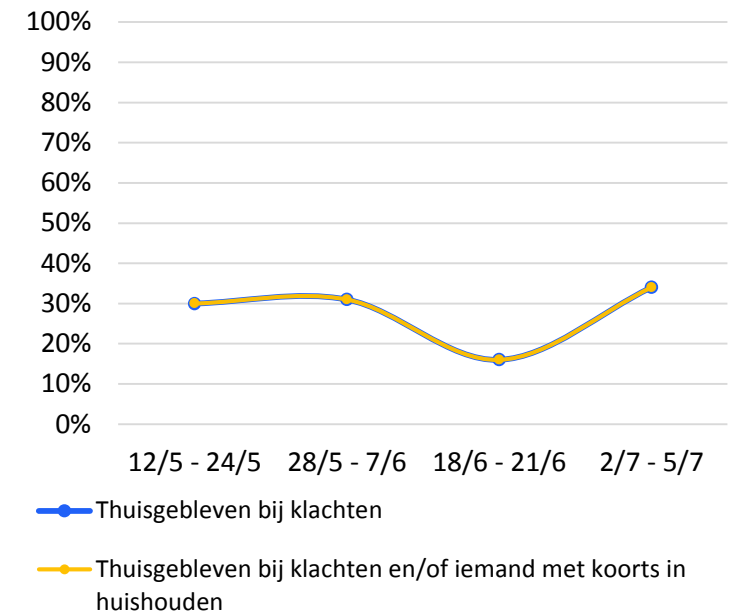
Vermoeden dat klachten met corona te maken hebben (n=88)



Type klachten



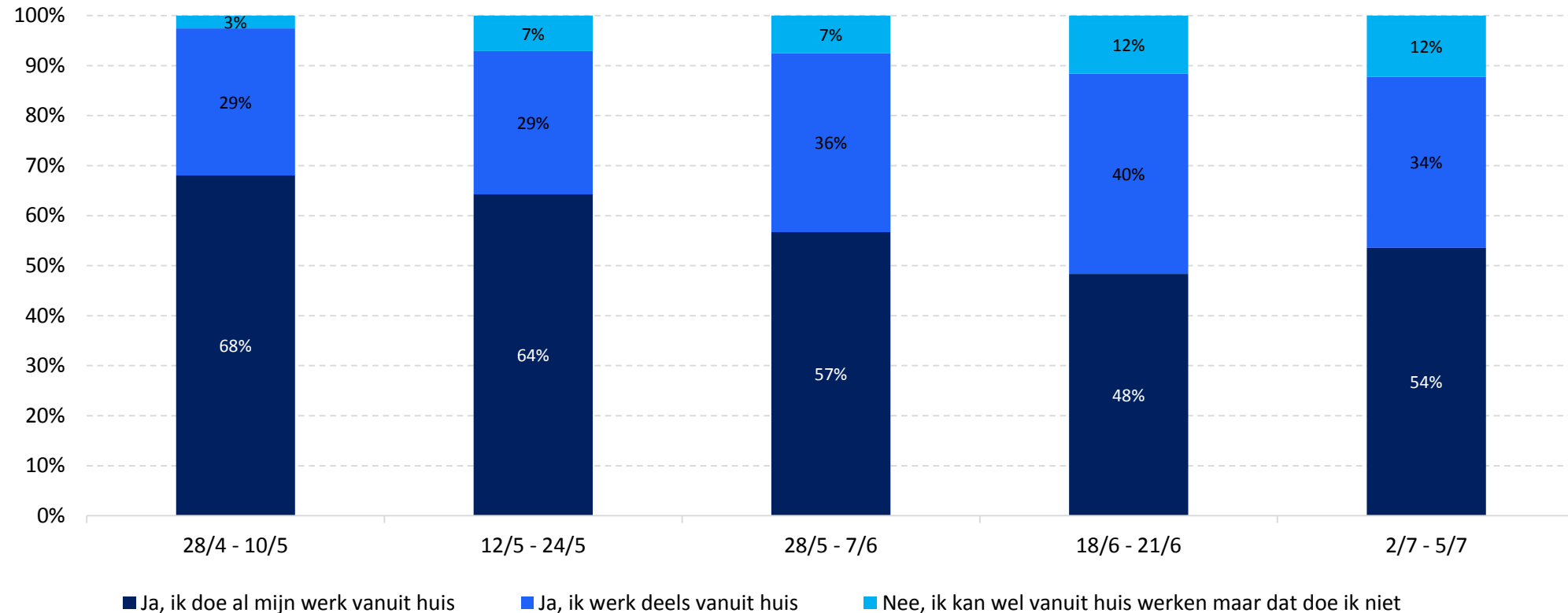
Thuisblijven bij klachten en/of iemand met koorts in huishouden



VERREWEG DE MEESTE MENSEN DIE THUIS KUNNEN WERKEN, WERKEN THUIS



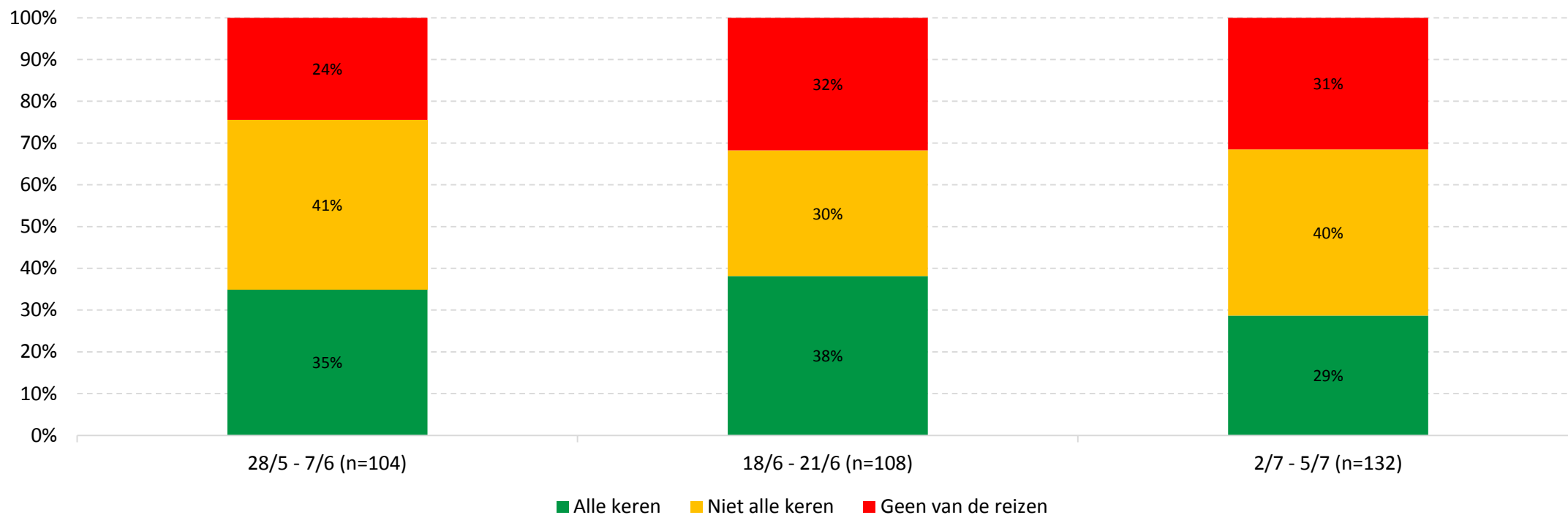
De afname van het aandeel mensen dat al het werk vanuit huis doet (tussen 28 april en 21 juni) zet niet verder door. Het aandeel mensen dat thuis kan werken en dat ook doet, blijft in de laatste twee weken stabiel. De helft van de mensen geeft aan al het werk vanuit huis te doen en één op de drie mensen werkt deels vanuit huis.



TEN OPZICHTE VAN TWEE WEKEN GELEDEN REISDEN EVENVEEL MENSEN TIJDENS DE SPITS, NAMELIJK ZEVEN OP DE TIEN

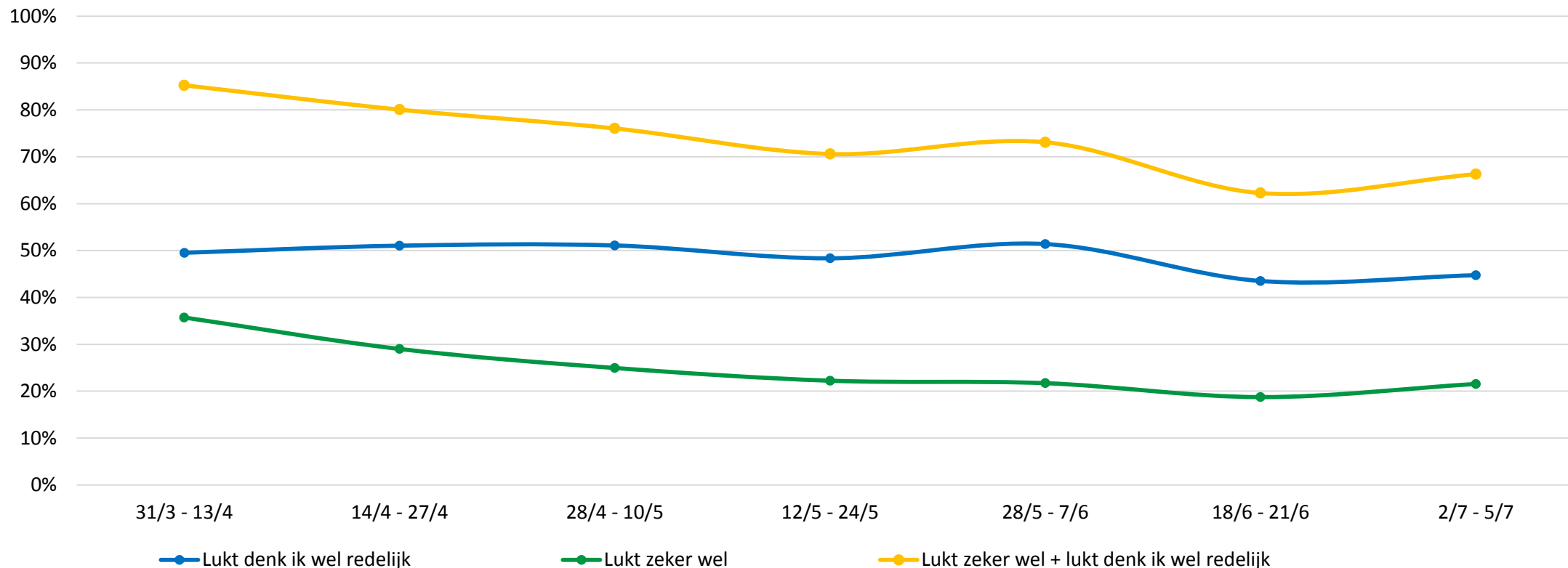
Ongeveer drie op de tien mensen reisden nooit tijdens de spits met het OV, een even groot aandeel reisde alle keren tijdens de spits en vier op de tien mensen reisden niet alle keren tijdens de spits.

In de spits tijden gereisd



DE OVERTUIGING OM ALLE MAATREGELEN VOL TE KUNNEN HOUDEN ZO LANG ALS DAT NODIG IS, IS IN DE LAATSTE TWEE WEKEN STABIEL

Het aandeel mensen dat aangeeft de maatregelen vol te kunnen houden lijkt weer op te leven, maar deze toename is niet statistisch significant.



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

De behoefte aan sociaal contact is de voornaamste reden voor mensen om de maatregelen niet na te leven.

Redenen om de maatregelen na te leven



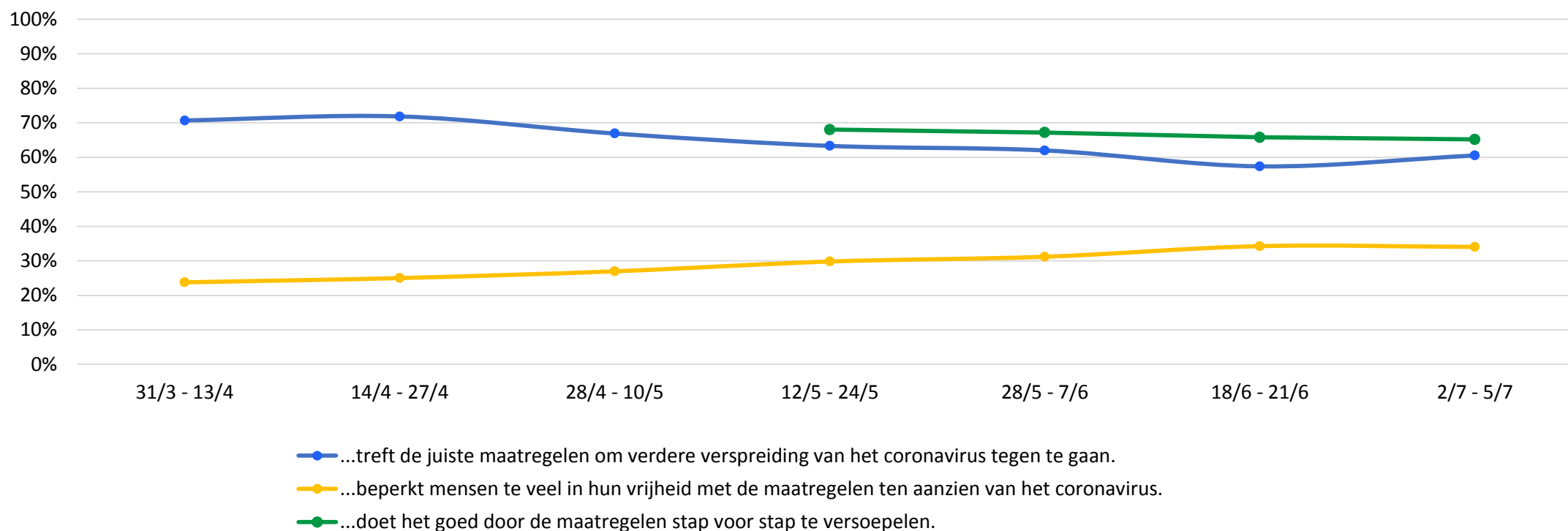
Redenen om de maatregelen niet na te leven



HET DRAAGVLAK VOOR DE MAATREGELEN VAN DE RIJKSOVERHEID BLIJFT STABIEL IN DE AFGELOPEN WEKEN

Na een dalende trend vindt sinds 12 mei een stabiele zes op de tien mensen dat de Rijksoverheid de juiste maatregelen treft om de verspreiding van het coronavirus tegen te gaan. Sinds 28 mei vindt één op de drie mensen dat de Rijksoverheid mensen te veel beperkt. Het aandeel mensen dat het eens is met het beleid om de maatregelen stap voor stap te versoepelen is stabiel sinds de invoer van dit stappenplan, namelijk twee op de drie.

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



CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



Achtergrond en doelstellingen

Effecten hoofdcampagne

> Effecten deelcampagne testen

Communicatieve werking

deelcampagne testen

Aanvullende indicatoren en

overige inzichten

CAMPAGNEDOELSTELLINGEN

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

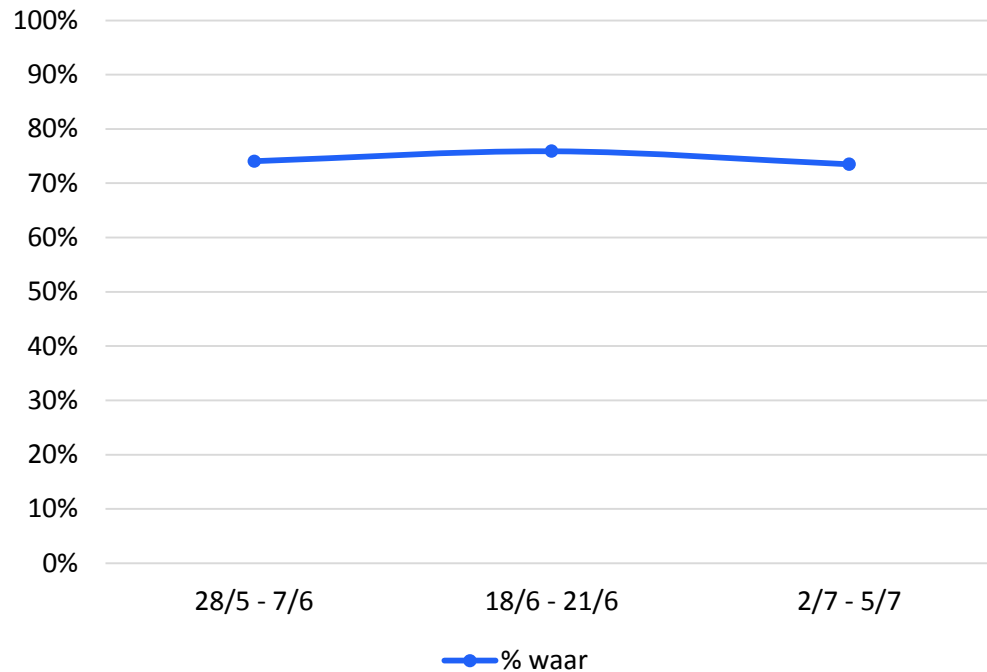
1. Men laat zich bij 'lichte klachten' testen bij een GGD teststraat in de buurt.*

** 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.*

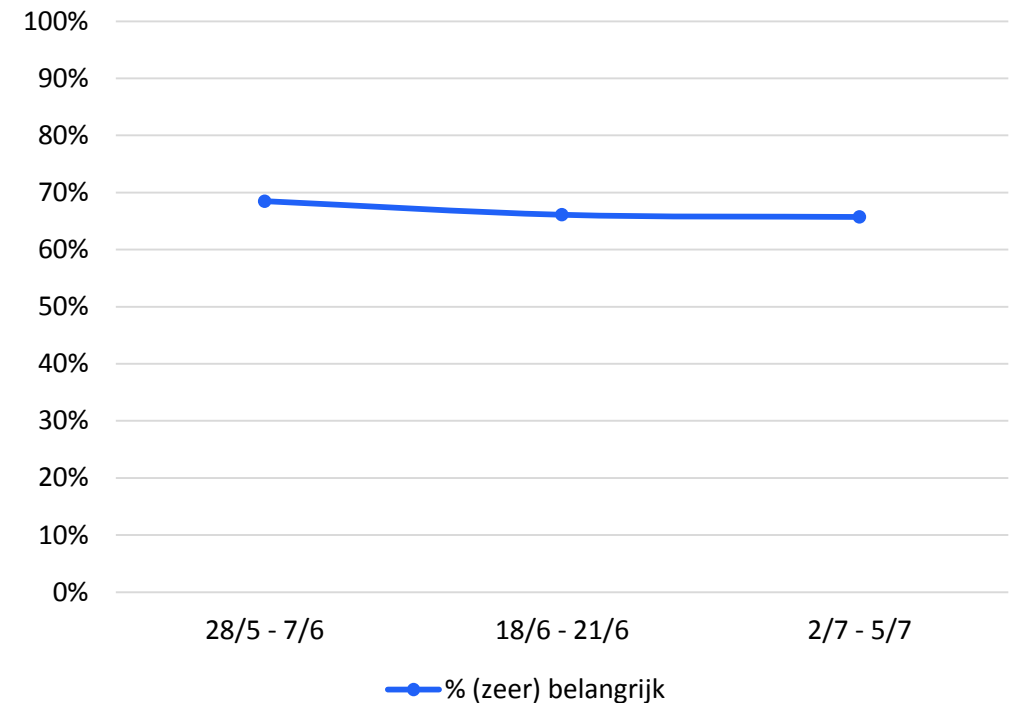
DRIEKWART VAN DE MENSEN WEET DAT IEDEREEN MET MILDE KLACHTEN ZICH VANAF 1 JUNI KAN LATEN TESTEN

Dit aandeel is stabiel ten opzichte van twee weken geleden. Net als twee weken geleden, vinden twee op de drie mensen het (zeer) belangrijk om zich te laten testen als zij milde klachten (zouden) hebben.

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



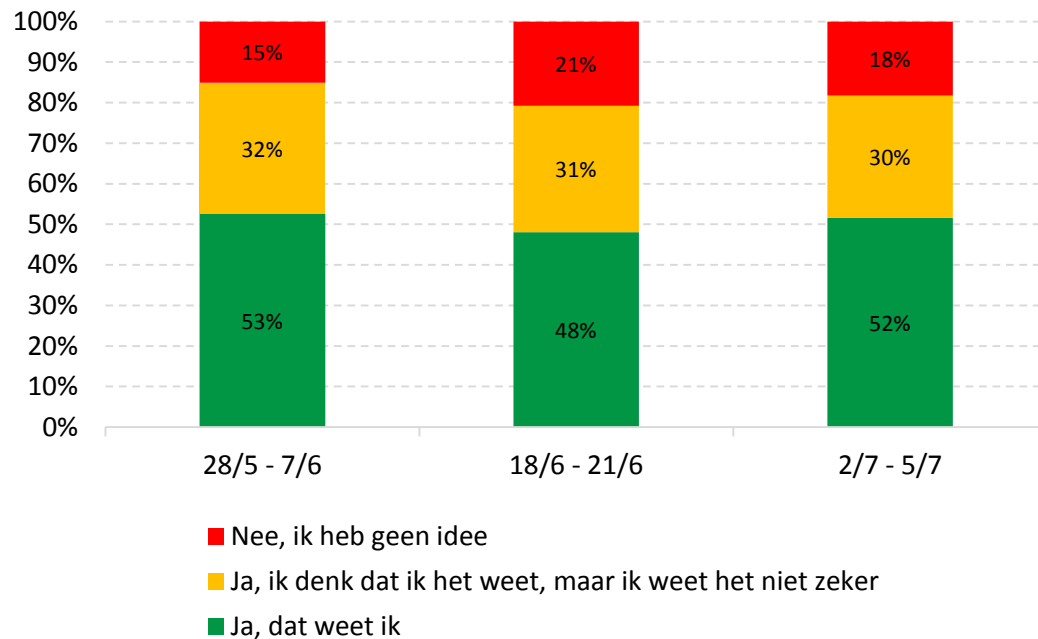
Belang van testen als je milde klachten hebt of zou hebben



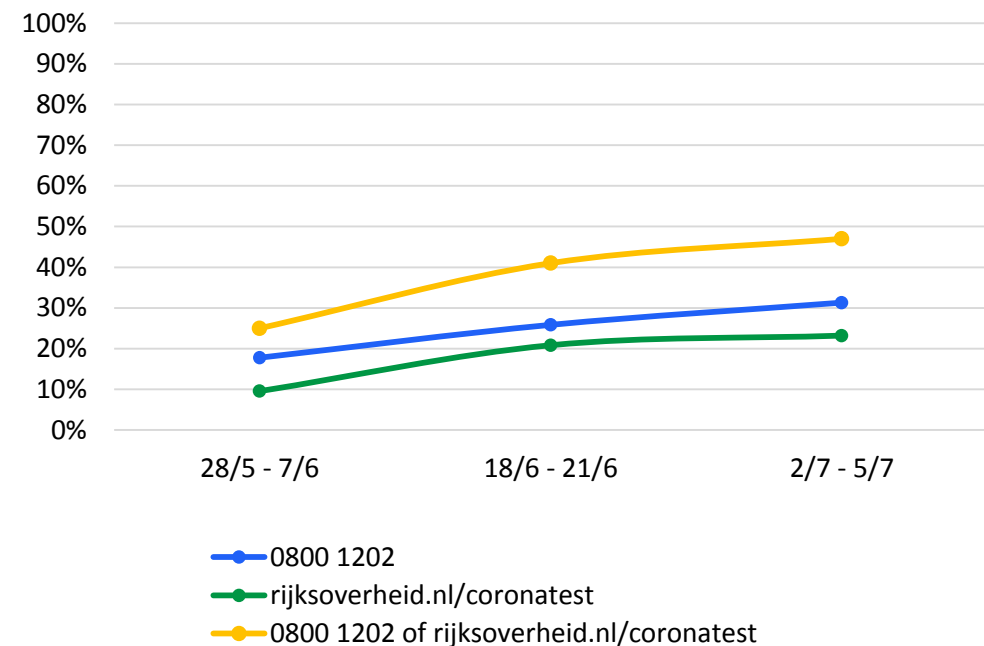
STEEDS MEER MENSEN WETEN WAAR ZIJ TERECHT KUNNEN OM ZICH TE LATEN TESTEN

Hoewel een stabiele helft van de mensen aangeeft zeker te weten waar zij terecht kunnen om een afspraak te maken om zich te laten testen, zien we dat steeds meer mensen bekend zijn met 0800 1202. De bekendheid met rijksoverheid.nl/coronatest is in de afgelopen twee weken niet verder toegenomen.

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



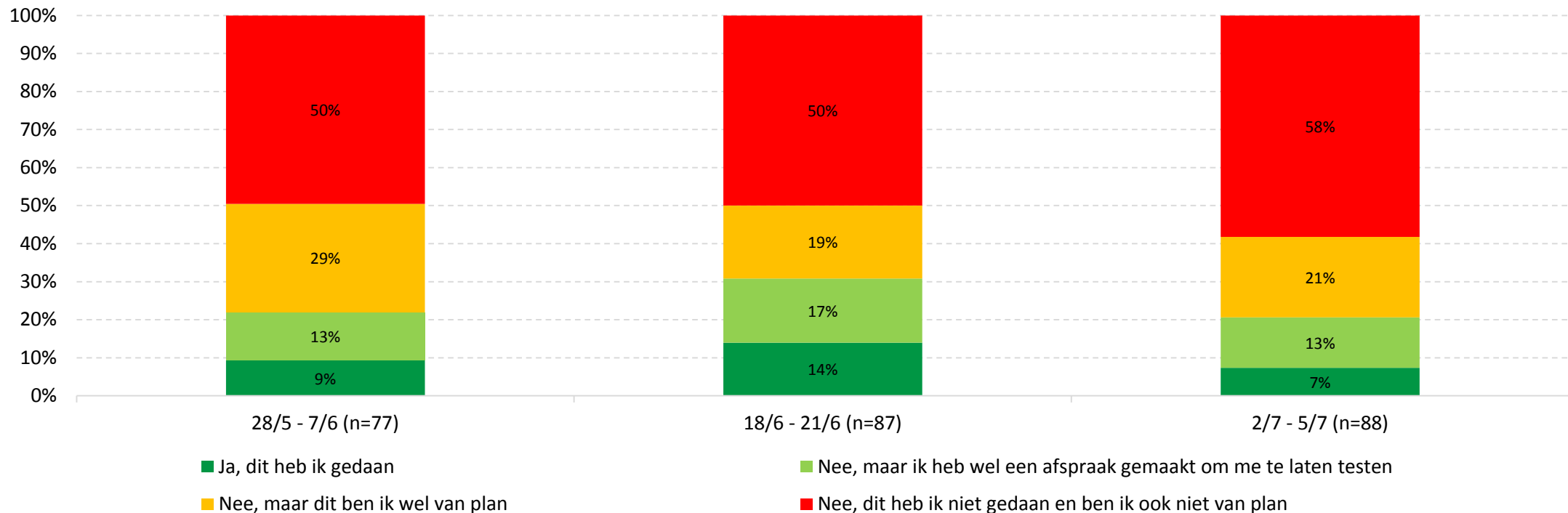
Waar kun je terecht?*



EEN RUIME MEERDERHEID VAN DE MENSEN MET (MILDE) KLACHTEN TEST ZICH NIET EN IS DIT OOK NIET VAN PLAN

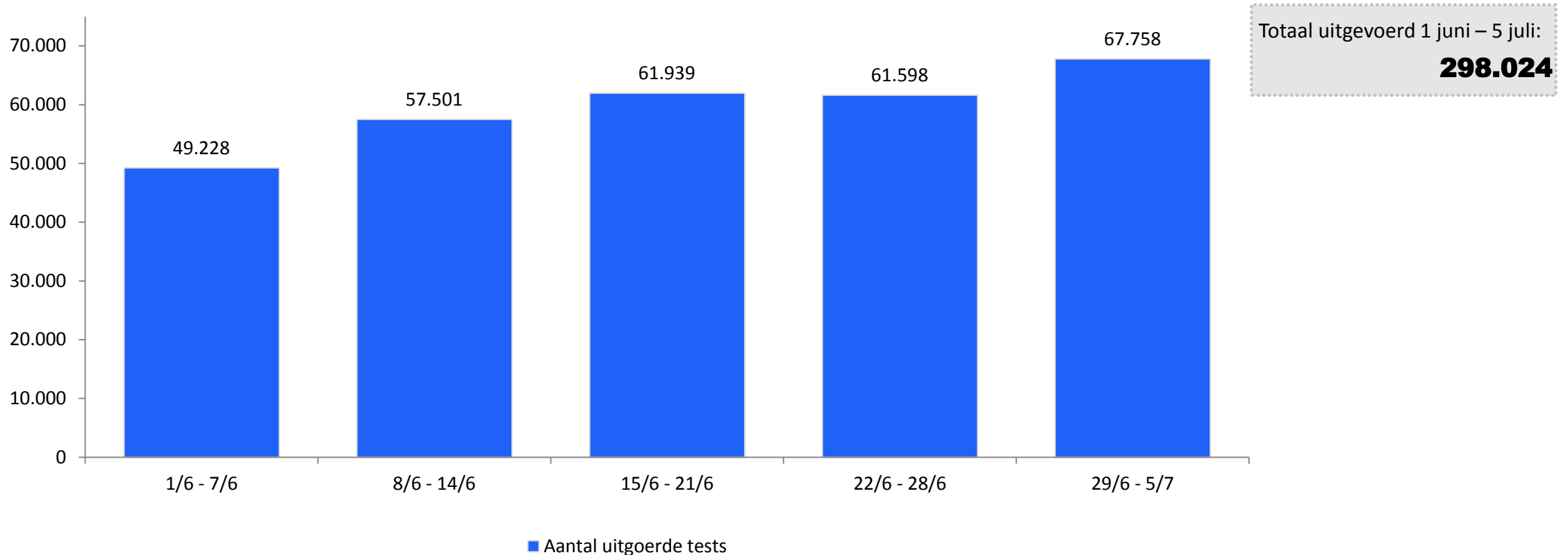
Twee op de tien mensen met (milde) klachten hebben zich laten testen of hebben een afspraak gemaakt om zich te laten testen. Een even groot aandeel is nog van plan dit te (gaan) doen. Zes op de tien mensen geven aan zich helemaal niet te laten testen. Dit aandeel lijkt ten opzichte van twee weken geleden te zijn toegenomen, maar de toename is niet statistisch significant.

Heb je je laten testen?



SINDS 1 JUNI WORDEN ER PER WEEK STEEDS MEER TESTEN UITGEVOERD

Het aantal uitgevoerde testen is ten opzichte van de eerste week in juni met 38% toegenomen in de periode van 29 juni tot en met 5 juli. In totaliteit zijn er tot en met 5 juli bijna driehonderdduizend tests uitgevoerd.

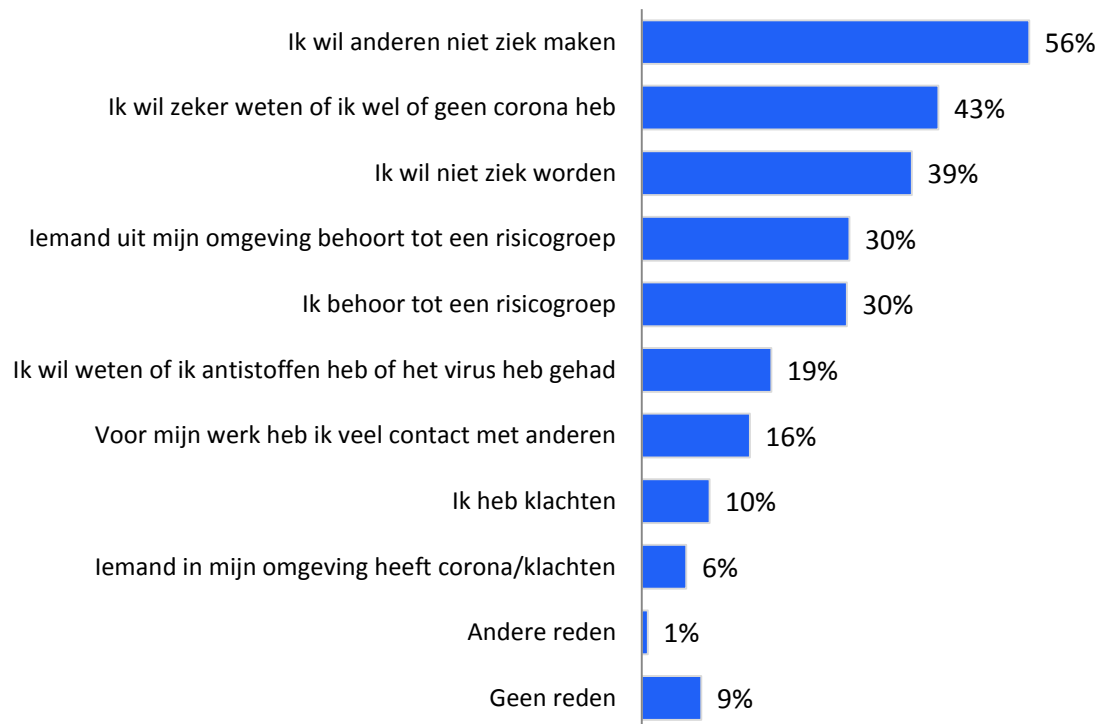


Bron: RIVM. Deze cijfers gaan over de door de GGD'en geteste personen. Daarnaast worden door anderen (o.a. huisartsen en ziekenhuizen) ook testen uitgevoerd.

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 drie meest genoemde redenen om niet te testen zijn omdat de klachten niet per se coronaklachten hoeven te zijn, of dat mensen thuisblijven om uit te zieken of omdat de klachten niet erg zijn. Dit beeld is hetzelfde als twee weken geleden.

Redenen om te testen



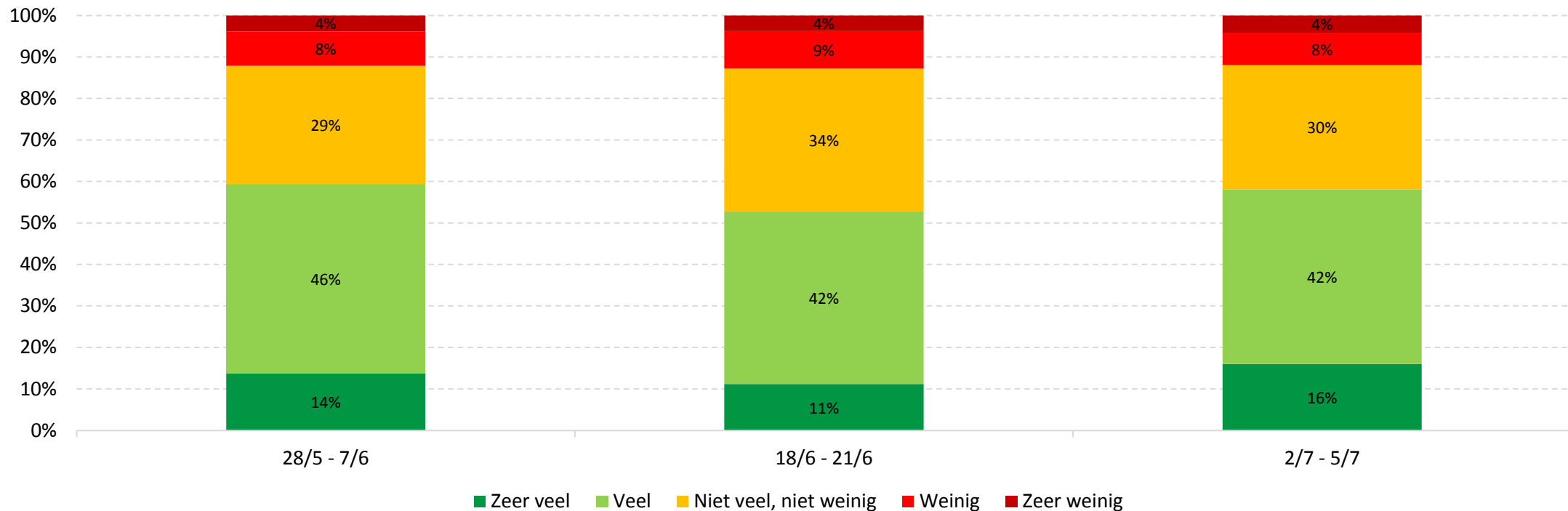
Redenen om niet te testen



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

> Communicatieve werking

deelcampagne testen

Aanvullende indicatoren en


overige inzichten

HERKENNING – ALGEMEEN PUBLIEK, 12+

TOTAAL & MEDIUMNIVEAU

HERKENNING		GEMIDDELDE RO*
CAMPAGNE	78%	80%

MEDIUM	HERKENNING	GEMIDDELDE RO*
TV 'Testen'	70%	69%
RADIO 'Testen'	63%	46%

 onder / gelijk / boven benchmark




CONCLUSIE: De campagne wordt in zijn geheel gemiddeld herkend voor een Rijksoverheids campagne met tv-inzet. De tv-spot wordt door ongeveer zeven op de tien mensen herkend en de radiospot door ongeveer zes op de tien mensen. De herkenning van de radiospot ligt daarmee ruim boven het gemiddelde van Rijksoverheids campagnes met inzet van tv.

* Gemiddelde herkenning van Rijksoverheids campagnes met de inzet van tv.

WAARDERING EN BOODSCHAPOVERDRACHT – ALGEMEEN PUBLIEK, 12+

WAARDERING

WAARDERING CAMPAGNE EN UITINGEN	ALGEMEEN PUBLIEK 12+	GEMIDDELDE RO*
CAMPAGNE	7.5	7.3
TV	7.6	7.4
RADIO	7.4	7.2
CREATIEVE ASPECTEN CAMPAGNE	ALGEMEEN PUBLIEK 12+	GEMIDDELDE RO*
DUIDELIJK (1-5)	4.3	4.0
GELOOFWAARDIG (1-5)	4.1	3.8
GEEFT NIEUWE INFORMATIE (1-5)	3.3	3.2
OPVALLEND (1-5)	3.6	3.6
LEUK (1-5)	3.1	3.5
NIET IRRITANT (1-5)	3.8	3.6

   onder / gelijk / boven benchmark

BOODSCHAPOVERDRACHT

GEHOLPEN BOODSCHAPOVERDRACHT	ALGEMEEN PUBLIEK 12+	GEMIDDELDE RO*
	(GELUKT / (DEELS) GELUKT)	
Blijf bij klachten thuis.	79% / 95%	60% / 86%
Laat je testen als je klachten hebt.	73% / 94%	60% / 86%
Alleen samen krijgen we corona onder controle.	74% / 96%	60% / 86%

CONCLUSIE: De campagne wordt bovengemiddeld positief gewaardeerd met een 7.5. Ook de tv- en radiospot worden bovengemiddeld positief gewaardeerd. Op alle creatieve aspecten met uitzondering van 'opvallend' en 'leuk' wordt de campagne bovengemiddeld gewaardeerd. Dat de campagne niet als 'leuk' wordt gezien heeft waarschijnlijk met de thematiek van de campagne te maken. Dat de Rijksoverheid niet de enige afzender is die over het onderwerp communiceert, kan er voor zorgen dat de campagne het gemiddelde op 'opvallend' niet overstijgt. Een overgrote meerderheid van de mensen is het er mee eens dat de campagne erin slaagt de belangrijkste boodschappen over te brengen.

* Gemiddelde van Rijksoverheidscampagnes met de inzet van tv.

CAMPAGNE-EFFECTMONITOR ALLEEN SAMEN



Achtergrond en doelstellingen

Effecten hoofdcampagne

Effecten deelcampagne testen

Communicatieve werking

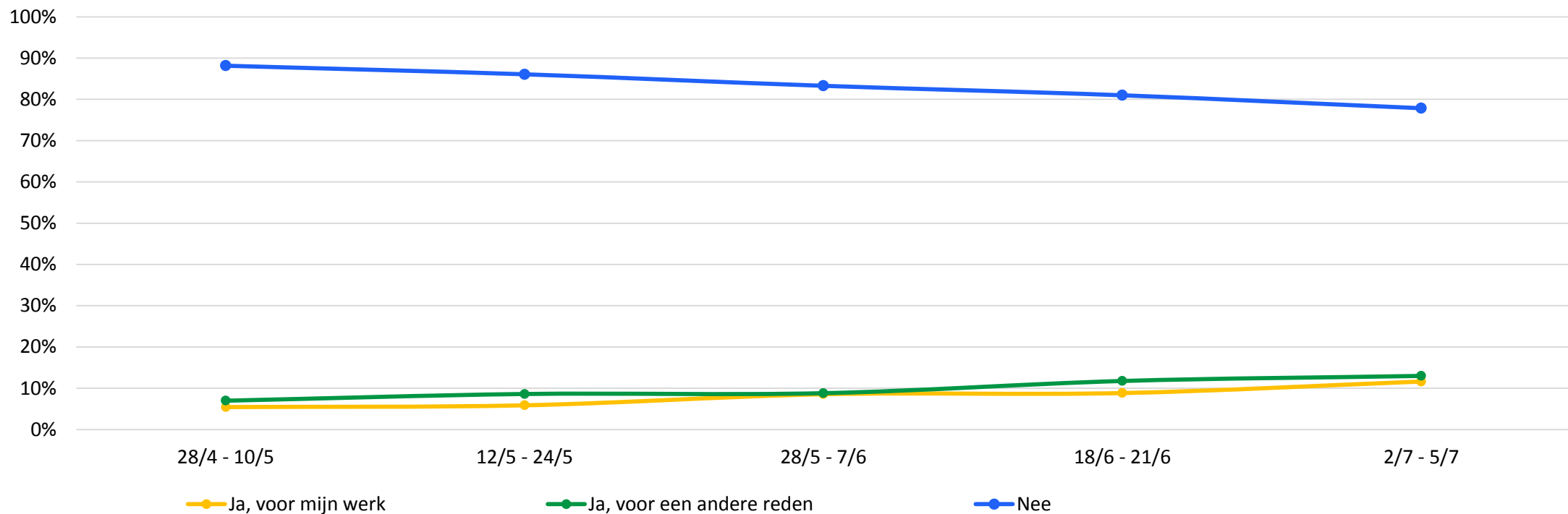
deelcampagne testen

> Aanvullende indicatoren en
overige inzichten

HET AANDEEL MENSEN DAT GEBRUIK MAAKT VAN HET OPENBAAR VERVOER, NEEMT GELEIDELIJK AAN TOE

Het aandeel mensen dat helemaal geen gebruik maakt van het openbaar vervoer is sinds 28 april afgenomen van negen op de tien naar acht op de tien mensen. Mensen geven even vaak aan met het openbaar vervoer te reizen voor werk als voor een andere reden.

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

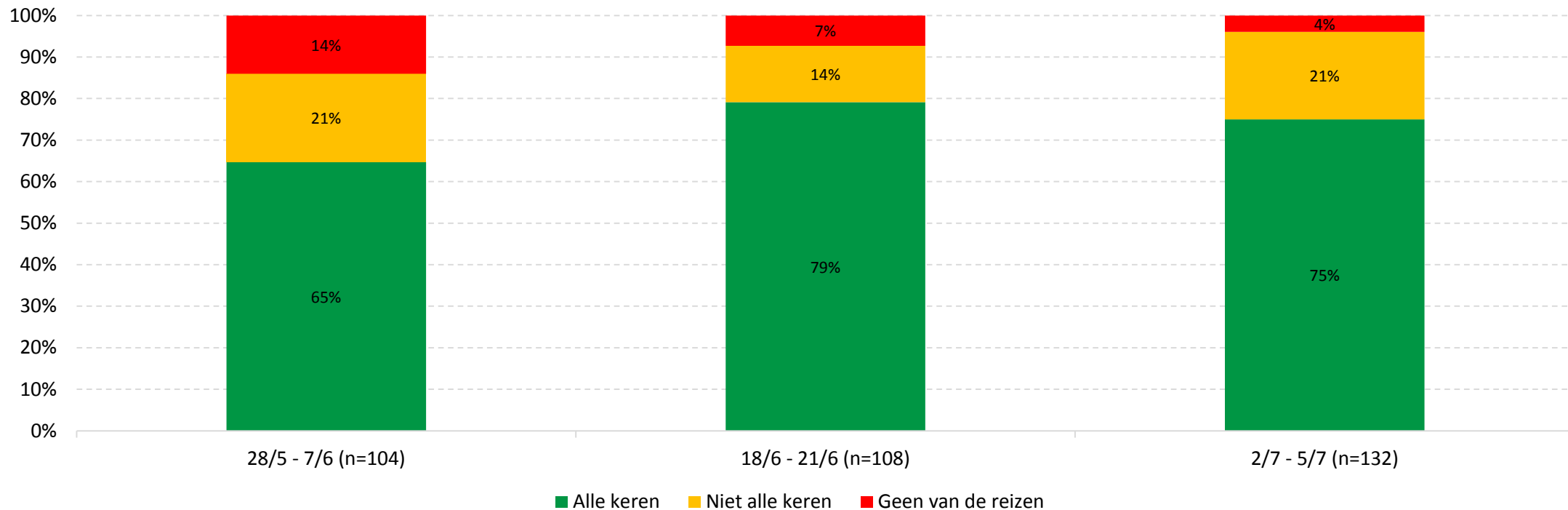


* Alleen indien de situatie voor men van toepassing is.

HET AANDEEL MENSEN DAT HELEMAAL GEEN MONDKAPJE GEBRUIKT IN HET OPENBAAR VERVOER IS SINDS 28 MEI AFGENOMEN

Ongeveer één op de twintig mensen geeft nog aan helemaal geen 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.

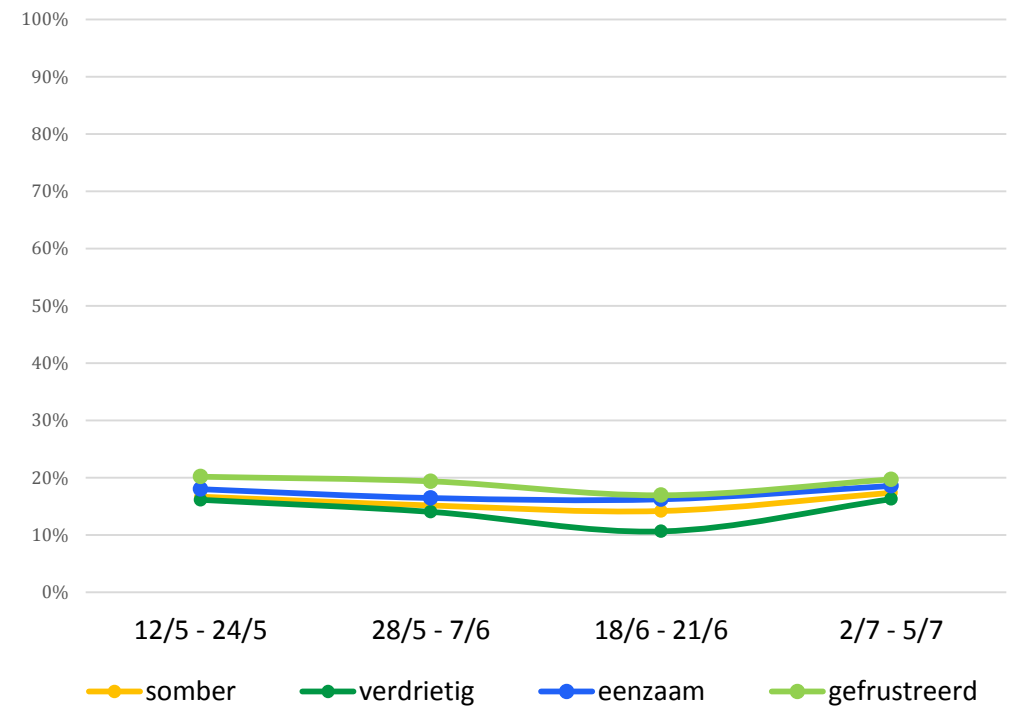
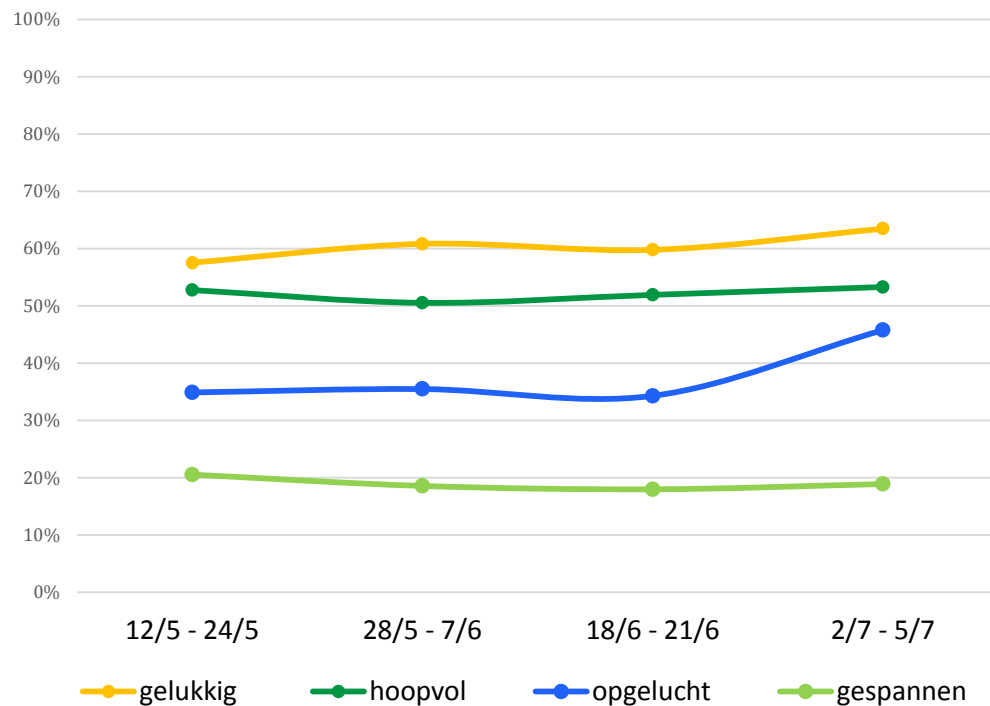
Gebruik gemaakt van een mondkapje



TEN OPZICHTE VAN TWEE WEKEN GELEDEN, VOELEN MEER MENSEN ZICH OPGELUCHT MAAR OOK MEER MENSEN ZICH VERDRIETIG

De positieve gevoelens van geluk en hoop prevaleren. Voor beide gevoelens geldt dat minstens de helft van de mensen deze meestal of voortdurend ervaart. Het aandeel mensen dat meestal of voortdurend opluchting ervaart is in de afgelopen twee weken toegenomen van één op de drie naar bijna de helft van de mensen. Het aandeel mensen dat zich meestal of voortdurend verdrietig voelt is ook toegenomen, van één op de tien naar één op de zes.

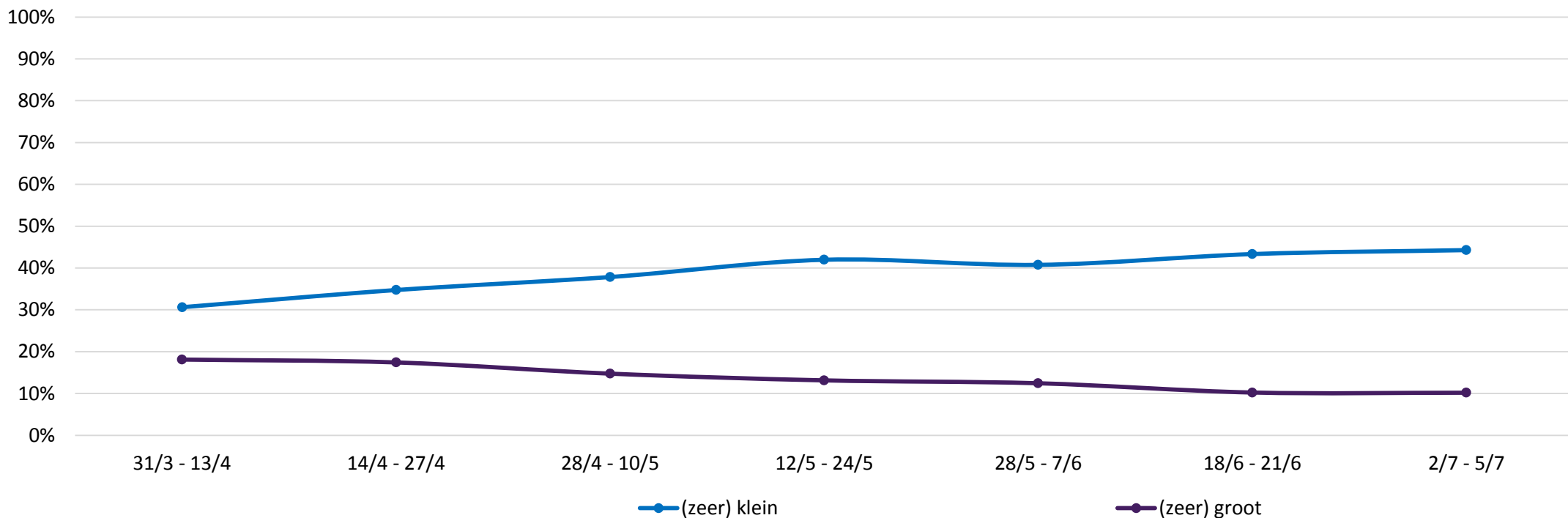
Hoe vaak voelde je je in de afgelopen week...? % meestal of voortdurend



DE INGESCHATTE KANS OM BESMET TE RAKEN BLIJFT LANGZAAM AFNEMEN

Sinds 31 maart is het aandeel mensen dat de kans (zeer) groot inschat om besmet te raken, afgenomen van twee op de tien naar één op de tien. Tegelijkertijd is het aandeel mensen dat de kans (zeer) klein inschat, toegenomen van drie op de tien naar ruim vier op de tien. De afnemende risicoperceptie verloopt in de afgelopen maand minder snel dan in de periode van 31 maart tot en met 12 mei.

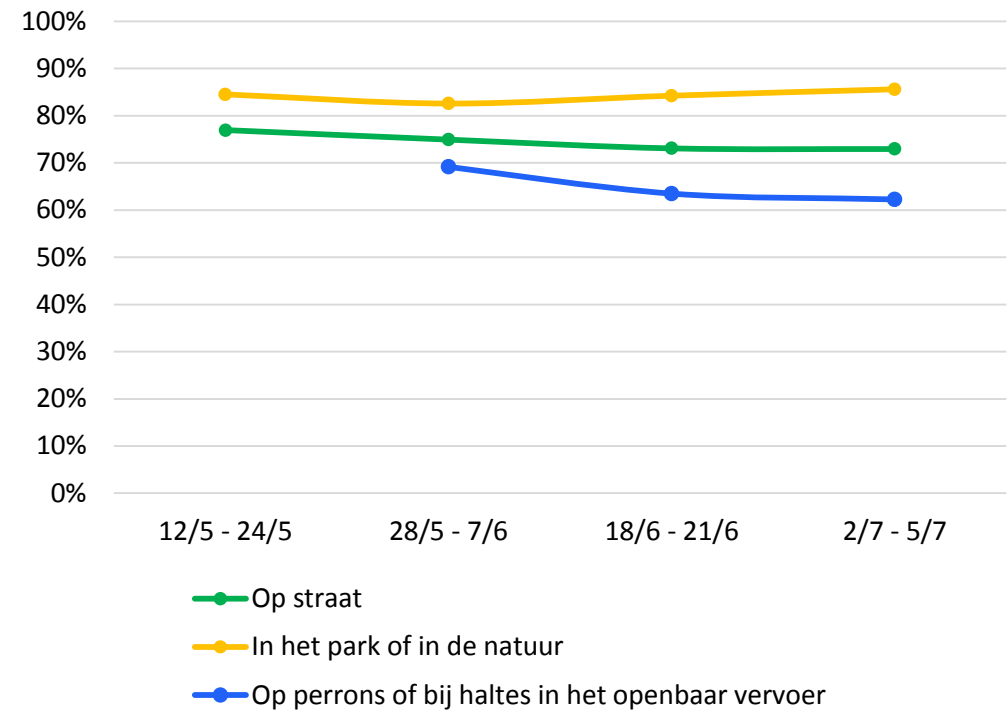
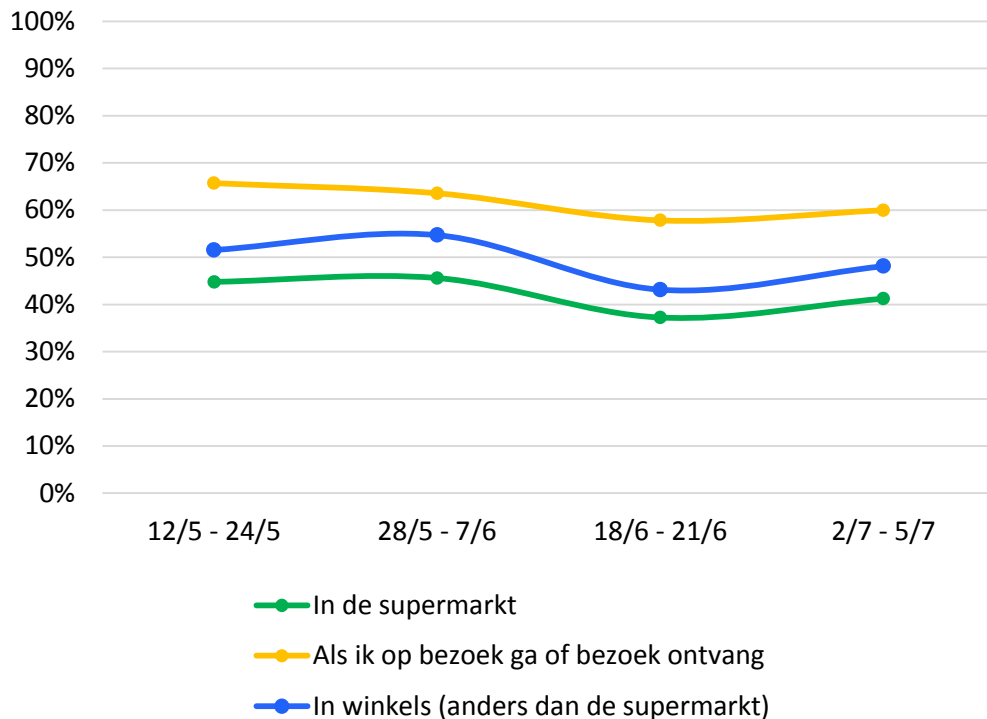
Ingeschatte kans om besmet te raken



HET LUKT MENSEN IN VERSCHILLENDE SITUATIES NAAR EIGEN ZEGGEN EVEN GOED OM AFSTAND TE HOUDEN ALS TWEE WEKEN GELEDEN

Er lijkt een positieve ontwikkeling te zijn in het aandeel mensen dat aangeeft dat het in de supermarkt en in andere winkel lukt om anderhalve meter afstand te houden, maar deze toename is niet statistisch significant.

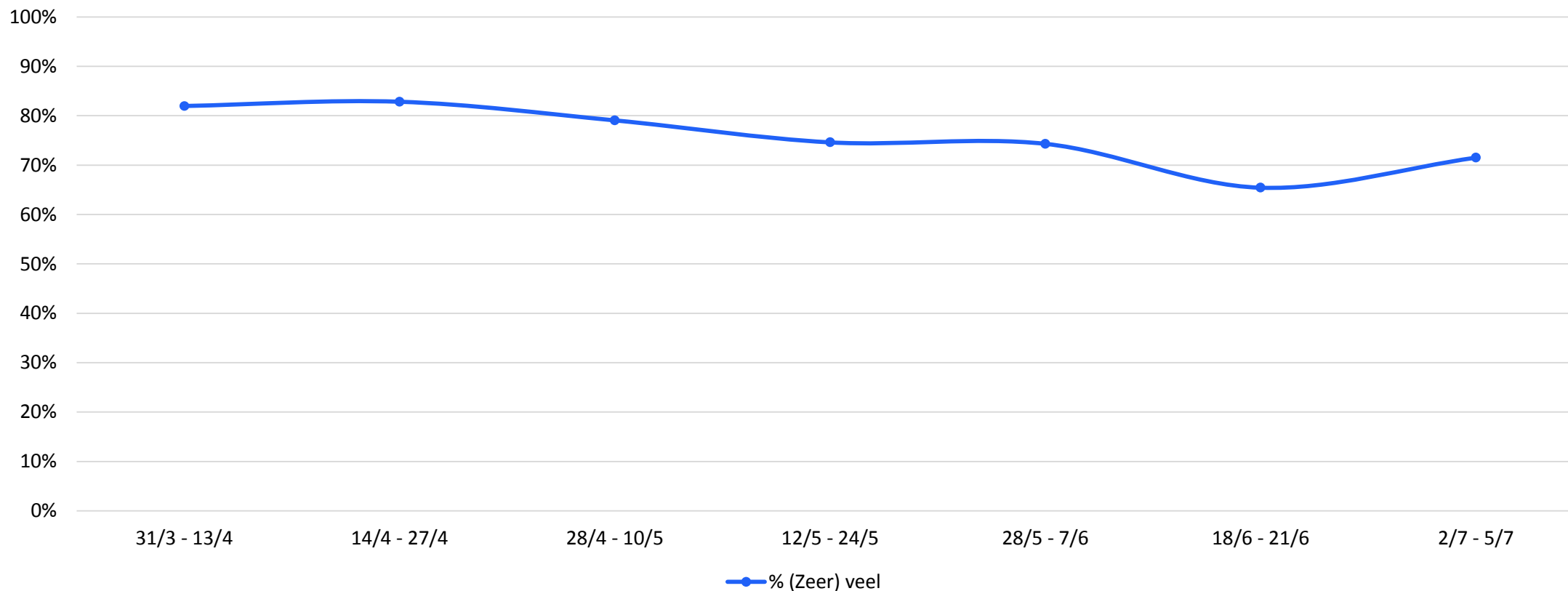
In hoeverre lukt het je om 1,5 meter afstand te houden? - % Lukt meestal of altijd*



*Alleen indien de situatie voor men van toepassing is.

HET AANDEEL MENSEN DAT DENKT DAT DE MAATREGELEN HELPEN BIJ HET AFREMME N VAN DE VERSPREIDING VAN HET CORONAVIRUS NEEMT TOE

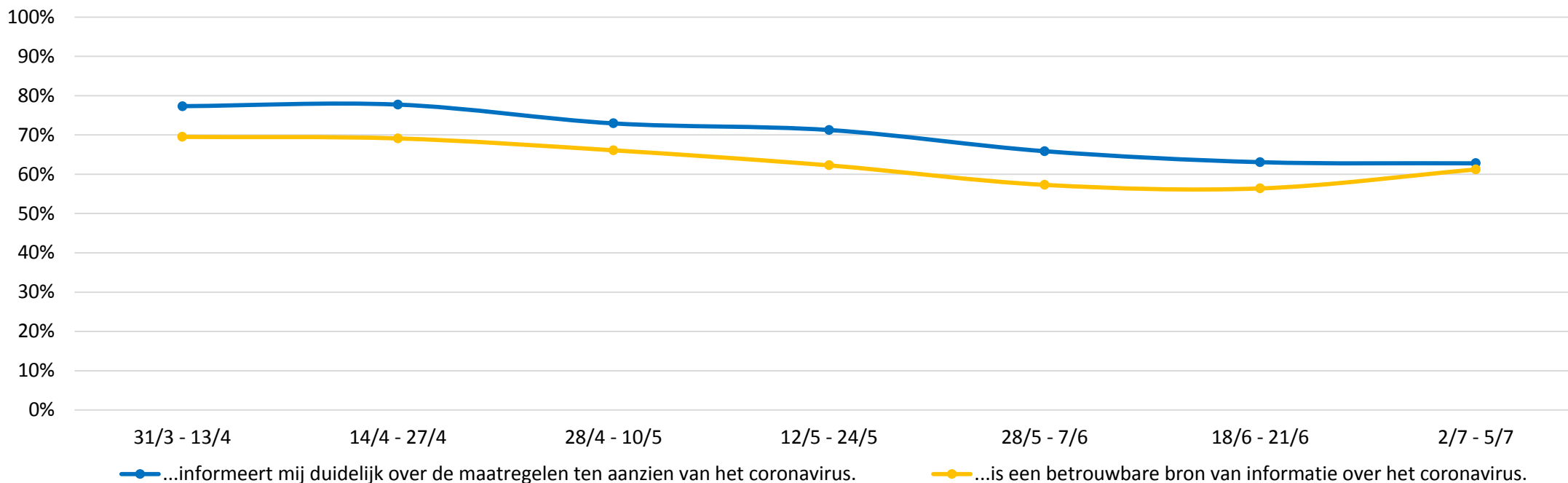
Sinds 31 maart neemt het aandeel mensen dat denkt dat de maatregelen (zeer) veel helpen bij het afremmen van de verspreiding van het coronavirus voor het eerst weer toe van twee op de drie naar bijna driekwart.



DE TEVREDENHEID OVER DE INFORMATIEVOORZIENING VAN DE RIJKSOVERHEID BLIJFT IN DE AFGELOPEN VIER WEKEN STABIEL

Net als twee weken geleden, vinden ongeveer zes op de tien mensen dat de Rijksoverheid duidelijk informeert over de maatregelen ten aanzien van het coronavirus. Een even groot deel vindt de Rijksoverheid een betrouwbare bron van informatie. Dit aandeel lijkt iets te zijn toegenomen, maar de toename is niet statistisch significant.

% (helemaal) eens – De Rijksoverheid...





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