

# verslag

**Secretaris Generaal / plv.**

**Secretaris Generaal**  
Dir Organisatie, Bedrijfsv en  
Personeel  
Afdeling VWS Flex

**Bezoekadres:**

Parnassusplein 5  
2511 VX Den Haag  
T 070 340 79 11  
F 070 340 78 34

[www.rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl)

**Inlichtingen bij**

[lessonslearned@minvws.nl](mailto:lessonslearned@minvws.nl)

**Datum**

11 juni 2021

**Aantal pagina's**

4

*Correspondentie uitsluitend  
richten aan het retouradres  
met vermelding van de datum  
en het kenmerk van deze  
brief.*

---

Betreft	Expertgesprek Lessons Learned - Publiekscommunicatie
Vergaderdatum en -tijd	9 juni 2021 17:30-18:30
Vergaderplaats	Webex
Aanwezig	Abigail Norville (pSG VWS – gespreksleider), Julia van Weert (Hoogleraar gezondheidscommunicatie Universiteit van Amsterdam), Frank Körver (Sr strategie & managementconsultant (en medeoprichter) van Wepublic B.V.), Daniëlle Timmermans (Hoogleraar Risicocommunicatie en Volksgezondheid Vrije Universiteit Amsterdam), Marnix Eysink Smeets (Lector Publiek Vertrouwen in Veiligheid Hogeschool Inholland), Mark van den Roer (Directeur DCo), Marian Bijvanck (senior adviseur DCo), Pieter Ton (senior adviseur DCo), Francien Machielse (adviseur ministerie J&V), Herman Wiersema (Hoofd Communicatie NCTV en Nationaal Crisiscentrum), Jasper van der Kuijp (Coördinator Directie Communicatie Covid-19 bij Ministerie van Justitie en Veiligheid), Edith Scholten (Team Lessons Learned), Loes Stultiëns (Team Lessons Learned), Kim Keesmaat (Team Lessons Learned)
Afwezig	Paul Stamsnijder (Oprichter en managing partner van de Reputatiegroep, reputatiemanagement adviesbureau; reputatie- & stakeholdermanagement, crisiscommunicatie, corporate merkstrategie en (her) positionering); schriftelijke input is nagezonden,

---

**Toelichting:**

*Tijdens het expertgesprek is in alle vrijheid en openheid van gedachten gewisseld. De verschillende experts hebben daarbij hun inbreng geleverd. Onderstaand verslag van de geleerde lessen is een weergave op hoofdlijnen van de individuele opvattingen van de geraadpleegde experts. Hieraan kunnen dan ook niet zonder meer gedeelde (eind)conclusies worden verbonden.*

## **Risicocommunicatie**

Communicatie is van strategisch belang voor het bestrijden van de pandemie. Volgens experts blijft COVID onder ons. Het is dan ook van belang de risico's te blijven benadrukken. Risico's en risicoafwegingen moeten helder gecommuniceerd worden.

Het is ook van belang om mensen duidelijk te maken welke keuzes ze hebben rondom vaccineren. De communicatie over de risico's van wel/niet vaccineren is volgens één van de experts onvoldoende. Het publiek was onvoldoende voorbereid.

Overheidsbeleid werkt het beste als er draagvlak is. Daarvoor is het van belang goed te begrijpen hoe burgers denken en daarbij aansluiten. In de risicocommunicatie moet rekening worden gehouden met de perceptie van de risico's door het publiek.

Ondersteun burgers in hun keuze, de burger als risicomanager. Praten over risico's hoeft niet negatief te zijn. Als je mensen in de rol zet van risicomanager hebben ze ook tools nodig. De toon is van belang, maar ook dat je mensen dingen aanbiedt. Mensen zouden kennis moeten hebben van de risico's rondom het virus, zodat ze overwogen keuzes kunnen maken op een wijze zoals zij dat ook hebben als zij in de auto stappen.

De grote uitdaging is hoe mensen op een goede manier met de risico's om kunnen gaan zonder dat ze er bang van worden. Dat die risico's er zijn en dat we er goed mee om kunnen gaan, dat moet overkomen.

De afweging van risico's moet door de politiek worden gedaan, niet door de experts, en moet zo transparant mogelijk worden gedaan.

## **Maatwerk communicatie**

De publiekscommunicatie kan nog gesegmenteerder en persoonlijker, zodat je bij verschillende doelgroepen aansluit. Er zou nadruk moeten worden gelegd op meer praktische vragen, dicht bij de leefwereld van mensen. Het verhaal moet veranderen, er moet een nieuw narratief komen. Niet meer gericht op crisis en urgentie, maar perspectief op de langere termijn. Voor effectieve communicatie moet het gedrag van mensen leidend zijn, niet het gedrag van het virus.

Er zijn publieksgroepen die zorgen baren. Het draagvlak in de middengroep is best groot, maar speel ook in op extreme posities.

Wat behouden moet blijven in de communicatie is dat de meeste burgers van goede wil zijn, dat blijven benadrukken.

Wat qua inhoud beter kan is de consistentie. Koers varen en rechtvaardigheid zijn belangrijke thema's. Welke afwegingen zijn gemaakt? Het is ook belangrijk om over onzekerheid te blijven communiceren. Speel in op emoties.

Wees meer realistisch en zuiniger in de communicatie. Met ruimte voor de ander. Behandel de ander als mens en niet als object.

Herhaal zoveel mogelijk.

**Secretaris Generaal / plv.  
Secretaris Generaal**  
Dir Organisatie, Bedrijfsv en  
Personeel  
Afdeling VWS Flex

**Datum**  
11 juni 2021

Betrek de doelgroep bij het ontwikkelen van de communicatie.

Interpersoonlijke communicatie is van belang, met name bij moeilijk bereikbare doelgroepen.

### **Omgaan met gedrag en emotie**

De communicatie ging met name over het besmettingsdeel zonder met angst rekening te houden. Een volgende keer dient veel meer in te worden gespeeld op wat mensen nodig hebben.

Zorg er voor dat communicatie niet politiek wordt.

Je kunt mensen bij de les houden als je dat op een structurele manier inzet. Hou een vinger aan de pols. Je kan iedere maand een poster in de brievenbus doen of een huis aan huis blad maken met praktische voorbeelden. Houd het onderwerp warm, maak iedereen bewust dat het niet weg is. Sleutelmomenten (zoals vakantie) zijn belangrijk.

Gedagsverandering is gemakkelijker bij urgentie. Als die ontbreekt is het lastig. Kijk naar welk onderwerp het meest urgent is, bijvoorbeeld in quarantaine na vakantie in het buitenland.

### **Inzet wetenschappelijke expertise**

Communicatie is een wetenschap en gebruikmaken van de wetenschappelijke inzichten komt de communicatie ten goede.

Het is van belang dat gedragswetenschappelijke expertise vertegenwoordigd is. Wetenschappelijke inzichten zijn beperkt terug te zien geweest in de uitvoering. Met heel veel nuttige adviezen is volgens een expert niets gedaan. Terwijl er heel veel goede gestructureerde oplossingen voorhanden zijn. Er zijn kansen gemist.

Maak gebruik van de wetenschappelijke basis van de Corona Gedragsunit van het RIVM. Maak gebruik van veiligheidspsychologische inzichten.

Het is van belang dat onderzoek niet alleen ziet op het besmettingsdeel en de te volgen maatregelen, maar dat ook zaken uit bredere maatschappelijke dynamiek, die het gevolg is van angst en onzekerheid, worden meegenomen.

### **Regie**

Het is belangrijk om de regie te pakken op twee verhalen: 1) de periode die achter ons ligt: wees helder over wat goed is gegaan en wat niet en 2) het verhaal over de toekomst: hoe nu verder in een wereld met corona? Welke keuzes maken we? Hoe gaan we e.e.a. vormgeven?

Symboliek is belangrijk: door gewone mensen zijn bijzondere dingen gedaan. Breng een ode aan de Nederlander die de schouders eronder heeft gezet. En herdenk ook de doden.

De acute crisis verdwijnt naar de achtergrond. Er volgt nu een periode van rouw en van uitleven. Dat moet je meer kanaliseren. Daar kun je nationaal iets mee doen. Als vervolg op het initiatief "aandacht voor elkaar".

**Secretaris Generaal / plv.  
Secretaris Generaal**  
Dir Organisatie, Bedrijfsv en  
Personeel  
Afdeling VWS Flex

**Datum**  
11 juni 2021

Het helpt om nu al te communiceren wat er aan gaat komen. Het lokaal bestuur is enorm geholpen als hiervoor een lijn is uitgezet. Hoe eerder je content maakt, hoe beter.

**Secretaris Generaal / plv.  
Secretaris Generaal**  
Dir Organisatie, Bedrijfsv en  
Personeel  
Afdeling VWS Flex

Bereid mensen voor op de komende fase, ook op leven met corona. Rekening moet worden gehouden met het feit dat mensen verschillend kunnen denken.

**Datum**  
11 juni 2021

De uitdaging is hoe de samenleving voor te bereiden dat de huidige versoepelingen heel fragiel zijn? We moeten verwachtingen gaan managen.

### **Voeden van veerkracht**

Naast maatregelen, testen en vaccineren is er nog een vierde weg om uit de crisis te komen: voeden van de veerkracht. Dat is een essentieel onderdeel. Het is belangrijk om mensen perspectief te bieden. Er is een langere doorkijk nodig.

Communicatie is tweerichtingsverkeer. Luisteren is niet door iedereen ervaren. Bij een volgende pandemie is het van belang dat je bekijkt hoe je kunt zorgen dat je alle inzichten dusdanig kanaliseert zodat iedereen zich gehoord voelt. Veerkracht is niet een mening.