



Samen Virusvrij

SAMEN VIRUSVRIJ



'EEN VAN DE BELANGRIJKSTE METHODEN OM DE VERSPREIDING VAN HET VIRUS TEGEN TE GAAN IS HET GEDRAG VAN MENSEN'



Het nieuwe coronavirus, dat de ziekte COVID-19 kan veroorzaken, verspreidt zich ook in Nederland. De Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) noemt het een officiële pandemie en het aantal besmettingen en sterfgevallen blijft in zowel binnen- als buitenland oplopen. Waar een maand geleden veel Nederlanders nog gezamenlijk op straat waren, zitten we vandaag in quarantaine thuis. Ondertussen werken duizenden mensen in de zorg, voedselketen, transport en bij hulpverleningsdiensten hard om de samenleving draaiende te houden. We moeten er nu voor zorgen dat we nieuwe besmettingen voorkomen en de gevolgen van het virus beperken. En dat kan alleen samen – 17 miljoen Nederlanders sterk.



HOE REALISEREN WE SOCIAL DISTANCING?

Van iedere Nederlander wordt gevraagd om de maatregelen van de Rijksoverheid te volgen, om zo kwetsbare groepen, de druk op de zorg en mensen die ons lief zijn te beschermen. Bijvoorbeeld door regelmatig handen te wassen, in de elleboog te hoesten of niezen, maar vooral: social distancing. Dit houdt in dat mensen waar mogelijk 1,5 meter afstand van elkaar bewaren, zoveel mogelijk thuiswerken en thuisblijven bij klachten als neusverkoudheid, hoesten, keelpijn of koorts. Ook betekent dit dat we zo veel mogelijk direct sociaal contact, het bezoek aan kwetsbare personen zoals ouderen, openbare ruimtes met grote gezelschappen en het openbaar vervoer mijden. Maar: dit is makkelijker gezegd dan gedaan – ook al voelen we de urgentie. Mensen zijn sociale wezens en hebben behoefte aan intensief contact met anderen. Wij geloven dat we door op een wetenschappelijke manier in te spelen op menselijk gedrag, corona een halt toe kunnen roepen. Zo worden we #samenvirusvrij.

EFFECTIEF INSPELEN OP MENSELIJK GEDRAG

Minister-president Mark Rutte zei het al tijdens het Tweede Kamerdebat op 18 maart: "Een van de belangrijkste methoden om de verspreiding van het virus te beperken is het gedrag van mensen." Maar de omvang en snelheid waarmee we ons gedrag nu moeten veranderen, is enorm. Hele hardnekkige en 'ongeschreven' gewoontes die voor de hele samenleving gelden, zoals hoe dicht we bij anderen staan, moeten ineens worden aangepast. Dan is het noodzaak om te weten hoe we dit effectief veranderen, met maar één gezamenlijk doel: 'flatten the curve'. In het huidige overheidsbeleid om de 1.5 meter afstand te bewaren is gekozen om zoveel mogelijk te communiceren over de maatregel, dan volgt het gedrag vanzelf.

Of toch niet? Helaas zien we regelmatig tegenvallend resultaat: zo blijken we o.a. in supermarkten en parken minder afstand te houden. De strategie om véél te communiceren over de maatregel richt zich op de rationele mens: iemand die bewust denkt en handelt. De gedachte hierachter is dat als we genoeg kennis hebben over waarom 1.5 meter afstand houden belangrijk is, we onze houding hierover en uiteindelijk ons gedrag aanpassen. Maar gewoontes zijn hardnekkig. En we leven in een crisistijd, waardoor we nog meer dan anders terugvallen op gewoontegedrag en onbewust gedrag. Informeren en communiceren is essentieel. Maar om echte verandering te realiseren is meer nodig.

Het merendeel van ons gedrag komt niet bewust, maar onbewust tot stand. We hebben vaak meer oog voor de baten op de korte

termijn (de voldoening van snel boodschappen doen) en letten minder op de lange termijneffecten van ons gedrag (het verhoogde risico op verdere verspreiding als we social distancing negeren). Effectieve gedragsverandering speelt daarom ook in op de onbewuste psychologische mechanismen die gedrag aansturen. Bijvoorbeeld op weerstanden die ons tegenhouden ("Hoeveel is 1.5 meter precies?"), motieven ("Ik wil gezond blijven en niemand besmetten") en omgevingsfactoren (fysieke aanpassingen in de omgeving die het makkelijker maken om afstand te houden).

MET SOCIAL SIGNING #SAMENVIRUSVRIJ

We willen inspelen op onbewuste psychologische mechanismen, door social signing op de juiste plaatsen in te zetten. Zo sturen we het gedrag van mensen op een positieve en creatieve manier.

Concrete voorbeelden van social signing zijn stickers, grond- en muuruitingen, placemaking en borden. Juist in de eenvoud is de boodschap direct herkenbaar en voor alle nationaliteiten te begrijpen.

Door afbeeldingen en subtiele cues op openbare plekken te plaatsen, bijvoorbeeld door het aanbrengen van lijnen van 1,5 meter op strategisch gekozen plaatsen op de grond, stimuleren we mensen (onbewust) zich aan de maatregel te houden. Of door

visueel te communiceren dat we goed voor elkaar zorgen, leggen we de nadruk op dat deze crisis bestrijden iets is wat we samen moeten doen. Wij geloven in positieve communicatie: we benoemen liever het juiste gedrag dan met een verwijtend vingertje te zeggen wat allemaal niet (meer) mag.

Daarbij is het belangrijk dat er in de communicatiematerialen één landelijke, herkenbare stijl is. Ook is zo in één blik duidelijk wie de afzender is. Hierdoor zijn geen eigen (tijdelijke) oplossingen, zoals opgeplakte A4'tjes met tekst en ducttape op de vloer nodig. Want als we ons sociale leven weer meer buitenshuis zullen gaan oppakken, zijn deze noodoplossingen niet houdbaar. Ook dan zal het waarschijnlijk belangrijk blijven om ons aan sommige maatregelen te blijven houden. Het is dus belangrijk om te werken aan nieuwe, gemeenschappelijke gewoontes. Dan zijn er professionele, structurele opties nodig om het gewenste gedrag in stand te houden.

We willen ons er samen voor inzetten dat we #samenvirusvrij worden én blijven. De social signing kan dus op alle plekken worden aangebracht waar social distancing van 1,5 meter gewenst is. We willen ons landelijke netwerk van ervaren veldonderzoekers hiervoor inzetten, zodat we zo snel mogelijk door heel Nederland in de openbare ruimte de juiste communicatie-uitingen kunnen aanbrengen. Denk hierbij aan bus-, tram- en treinstations, ziekenhuizen en huisartsenpraktijken, supermarkten en winkels, enzovoort.



DE LANGE TERMIJN TELT

We leven momenteel in onzekere tijden en niemand weet hoe lang dat gaat duren. Iedereen heeft behoefte aan een gevoel van duidelijkheid: hoe leven we met elkaar de maatregel om 1.5 meter afstand te houden na? Het is dus belangrijk om zekerheid en duidelijkheid te bieden waar het kan, zodat gedrag gemakkelijker te sturen is én blijft. Nu, maar ook in de toekomst.

Wij hopen hieraan bij te dragen door social signing in heel Nederland toe te passen in één landelijke, herkenbare stijl. Zo trekken we een gezamenlijke lijn: of dit nou in supermarkten, de logistiek, het park of andere (openbare) plaatsen is. Want net als het coronavirus, is gedrag zeer besmettelijk. Help jij ons op weg naar #samenvirusvrij?

**'VOOR EEN
VIRUSVRIJE
SAMENLEVING
MOETEN WE
NIEUWE
NORMEN
INSTALLEREN'**



WIE ZIJN WIJ?

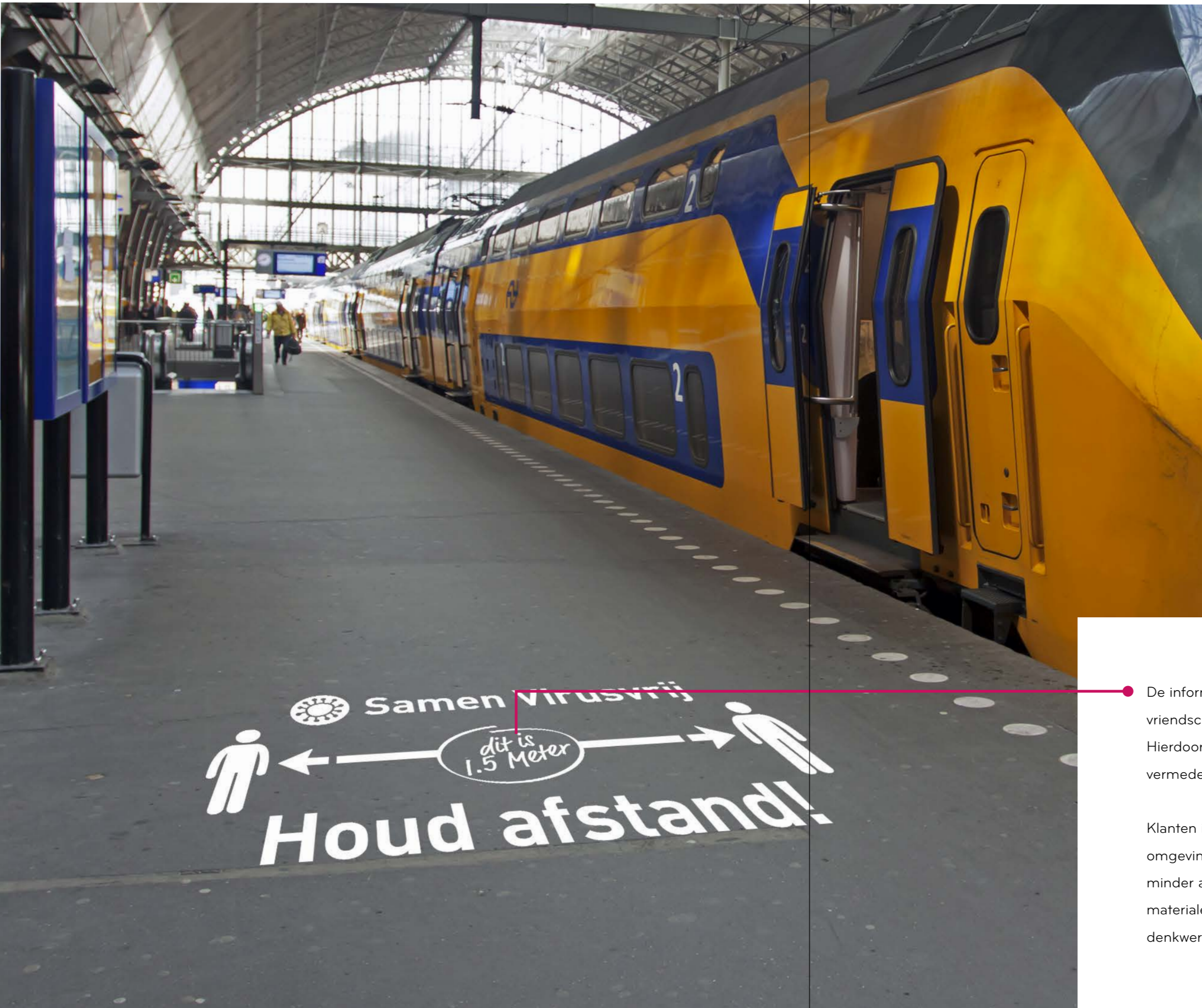
Onze visie is dat we samen de beste resultaten behalen. Daarom willen we als samenwerkingsverband tussen ANDC en Bureau Objectief een bijdrage leveren aan een virusvrij Nederland. ANDC houdt zich bezig met positieve gedragsbeïnvloeding door ontwerp en productontwikkeling. Zowel vraaggestuurd als proactief bedenken we oplossingen voor maatschappelijke thema's als (zwerf)afval, mobiliteit, leefbaarheid en verkeersveiligheid. We worden geïnspireerd door de theorie achter menselijk gedrag en koppelen deze graag naar de praktijk. Geen wijzend vingertje of rode verbodskruizen. Wat moet er wél in plaats van niet gebeuren? Zowel op bewust als onbewust niveau bereiken we de gekozen doelgroep op effectieve wijze door de inzet van onze creatieve ontwerpen en gedragsproducten. We werken voornamelijk in opdracht van provincies, gemeenten en woningcorporaties. Zowel nationaal als internationaal. Onze missie is maatschappelijke impact realiseren door onze producten en ontwerpen. We willen de wereld simpelweg wat schoner, eerlijker, veiliger en mooier maken.

'WE ZULLEN HET SAMEN MOETEN DOEN'

Bureau Objectief zet zich in voor een gezonde generatie. Om ons doel te bereiken, zetten we onze veldkennis en onze expertise op het gebied van gedragsverandering in. Zo optimaliseren en waarborgen we leeftijdscontroles en faciliteren we risicogestuurd toezicht. Daarnaast ontwikkelen we interventies voor verschillende doelgroepen. Zo hebben we in opdracht van Dienst Publieke Communicatie (DPC) en het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) de nieuwe toolkit van de landelijke NIX18 campagne vormgegeven. Middels ons landelijk dekkend netwerk van ervaren veldonderzoekers kunnen we per dag zo'n 450-600 plekken in Nederland van communicatie-uitingen voor #samenvirusvrij voorzien. Ons team van gedragspsychologen heeft veel ervaring met het uitvoeren van onderzoek, het geven van advies en het ontwikkelen van gedragsinterventies. Kwaliteit staat bij Bureau Objectief hoog in het vaandel. Bureau Objectief is ISO 20252 gecertificeerd. ISO 20252 is een internationale kwaliteitsnorm voor sociaalwetenschappelijk onderzoek.



Mensen kijken naar mensen, waardoor dit bord meer opvalt dan een puur tekstuele boodschap. Deze kartonnen medewerker maakt de boodschap persoonlijk en er wordt tevens een associatie gelegd tussen medewerkers en afstand houden.



De informele, handgeschreven stijl impliceert een vriendschappelijke en persoonlijke aanduiding. Hierdoor wordt weerstand tegen de boodschap vermeden.

Klanten in de supermarkt zijn afgeleid door de omgeving en de boodschappen, waardoor ze minder aandacht hebben voor prikkels. De materialen moeten daarom zo min mogelijk denkwerk vereisen.



 **Samen
virusvrij**

Houd afstand

● Het corona-icoon maakt de relevantie van de boodschap duidelijk zonder te hoeven lezen.



Door middel van de iconen tonen we het gewenste gedrag. Deze iconen zijn snel herken- en verwerkbaar.

Door termen als 'samen' en 'we' te gebruiken versterk je de saamhorigheid. Er wordt een injunctieve sociale norm gecommuniceerd: we horen voor elkaar te zorgen nu.



Plaatsing is belangrijk. Op de juiste plek de juiste handeling, in dit geval handen wassen.



DE GETOONDE COMMUNICATIE UITINGEN IN DEZE BROCHURE ZIJN VOORBEELDEN VAN ONS AANBOD, MAATWERK IS MOGELIJK.

Mensen willen voor elkaar zorgen, zeker in deze tijd is dit gevoel aanwezig.

De aanwezigheid van personeel is normaal gesproken waar men weinig aandacht aan besteedt. In ons brein zien we het personeel daarom in deze context niet volledig als mens, die we groeten, meeleven en zelfbewust door worden. Met de coronamaatregelen zorgt dit ervoor dat het personeel over het hoofd wordt gezien. De tekst activeert deze zorgzaamheid. De persoonlijke dialoog benadrukt dat het een mens is. Het vestje straalt extra autoriteit uit en wordt tevens geassocieerd met oplettendheid.



bureau
objectief kennis + kunde

Campus Radboud Universiteit
Toernooiveld 100
6525 EC Nijmegen
024 848 1111
info@bureauobjectief.nl



Sint Annastraat 1
6524 EA Nijmegen
06 21 33 25 68
info@andc.nl

www.samenvirusvrij.nl
info@samenvirusvrij.nl
© Nijmegen, maart 2020