Veiligheidsregio Amsterdam-Amstelland

-Oplegnotitie-

Regionaal Beleidsteam COVID-19

Agendapunt <X> **Onderzoek**

Vergadering:	**8 december 2020**
Ingebracht door:	ROT
Toelichting door:	communicatie

Gevraagd besluit

1) Instemming om regulier onderzoek te doen onder inwoners van de VrAA-regio, zodat communicatie met als doel gedragsverandering gericht kan worden ingezet.

Het gaat om:

- a) het bestaande kwantitatief onderzoek van RIVM (naar het opvolgen van de maatregelen) uitbreiden met enkele doelgroepen, waardoor de representativiteit significant wordt verhoogd
- b) vanuit Communicatie kolom: kwantitatief onderzoek naar de informatiebehoefte onder doelgroepen en het effect van de inzet van communicatie
- c) vanuit Communicatie kolom: kwalitatief onderzoek door het houden van focusgroepen

Aanleiding en context

Communicatie wordt tijdens de coronacrisis ingezet als instrument om inwoners van de regio Amsterdam-Amstelland de maatregelen te laten opvolgen, waardoor het oplopen van besmettingen moet worden tegengaan.

Op basis van de opgestelde communicatie-aanpak worden verschillende middelen ingezet die hieraan moeten bijdragen. Naar de informatievoorziening (behoefte/ effect) is tot op heden echter nog geen overall onderzoek onder inwoners gedaan, wel zijn verschillende campagnes gepre-test en/of na afloop geëvalueerd.

Binnen de kolom communicatie is behoefte aan het meer gestructureerd inzetten van onderzoek om:

- Inzicht te krijgen in de zorgen en behoeften van de inwoners van Amsterdam-Amstelland in deze tijd van corona; en eveneens beter zicht te krijgen in de mate van draagvlak van de inwoners voor de genomen maatregelen;
- Regulier te onderzoeken wat de informatiebehoefte is en wat het effect is van de communicatie aanpak en communicatiemiddelen - om de aanpak op basis hiervan zo nodig bij te kunnen sturen.

De Communicatie kolom werkt aan het herijken van de bestaande communicatiestrategie en aanpak. Uitgangspunt is te komen tot een meer integrale strategie waarin inzichten van gedragswetenschappers en toepassing van storytelling zijn meegenomen. De strategie wordt uitgewerkt in een concrete aanpak voor wat betreft inzet van middelen, waaronder een contentstrategie. Dit houdt in dat onze content zo ontwikkeld, gepland en gericht is dat we met (nog) meer focus het bereiken

van beleidsdoelen kunnen bevorderen. Onderzoek ondersteunt het effect van de communicatie-inzet: op basis van de uitkomsten kan de ontwikkelde aanpak worden getoetst en bijgestuurd.

Korte bestuurlijke toelichting

Wij stellen voor de volgende onderzoeken te initiëren:

a) Het bestaande kwantitatief onderzoek van RIVM (naar het opvolgen van de maatregelen) uitbreiden met enkele doelgroepen, waardoor de representativiteit significant wordt verhoogd.

Het RIVM voert in samenwerking met de GGD periodiek een groot landelijk onderzoek uit naar het gedrag van mensen ten aanzien van de opgelegde maatregelen. Een beperking van dit onderzoek is dat het minder representatief is: het bestaat uit respondenten die voor meer dan 70% hoger zijn opgeleid, daarnaast nemen er nauwelijks jongeren aan het onderzoek deel.

Na overleg met Herstel en met Onderzoek Informatie en Statistiek (OIS) blijkt dat er mogelijkheden zijn het bestaande onderzoek van RIVM/GGD voor VrAA uit te breiden. OIS kan in een eigen onderzoek de onderwerpen en vragen voorleggen aan de nu minder vertegenwoordigde doelgroepen (zoals jongeren, migrantengroepen). Hierdoor kan de representativiteit aanzienlijk worden vergroot. Voorstel is dat OIS dit in samenwerking met Herstel, GGD en Communicatie nader uitwerkt en uitvoert.
Kosten om nieuwe doelgroepen te benaderen bedragen ca euro 10.000,-; de uitwerking van het onderzoek wordt gedragen door OIS.

b) Vanuit de Communicatie kolom: kwantitatief onderzoek naar de informatiebehoefte onder doelgroepen en het effect van de inzet van communicatie

Daarnaast is het van belang hoe inwoners in de regio de informatievoorziening ervaren, en welk effect de middelen hebben:
- Is de informatie eenduidig of juist tegenstrijdig?
- Wat is de belangrijkste bron voor informatie?
- Welke informatie van de VrAA/ gemeente over de bestrijding van corona bereikt hen (website/ social media/ filmpjes/ bewonersbrief etcetera)?
- In hoeverre wordt deze informatie als nuttig ervaren en geeft men aan dat de intentie tot gedrag hierdoor beïnvloed wordt ?

Gaandeweg kan naar een verdieping per doelgroep worden gekeken. De kolom Communicatie zal dit onderzoek periodiek (laten) uitvoeren.
Kostenindicatie: ca 10.000-12.000,- per onderzoek.

c) Vanuit de Communicatie kolom: kwalitatief onderzoek door houden van focusgroepen

Op basis van uitkomsten van het kwantitatieve onderzoek en beschikbare data stellen wij voor een bepaalde periode regulier een aantal kwalitatieve onderzoeken te verrichten in de vorm van focusgroepen.

In een gesprek met een focusgroep met inwoners kunnen onderwerpen aan de orde komen als:

- Wat geeft bewoners vastigheid in deze coronacrisis?
- Wat verwachten zij van de overheid/ gemeente?
- Wat zijn weerstanden/ barrières; wat helpt hen juist in deze tijd?
- In hoeverre is een perspectief nodig – wat voldoet daarin en wat niet?
- Hoe kijkt men aan tegen vaccinatie; welke belemmeringen zijn er?

Ook kunnen uitkomsten van het kwantitatief beleid-onderzoek verder worden verdiept.

Doel kan zijn om het handelingsperspectief aan te passen (Hou vol/ Blijf thuis/ Vermijd drukte etc.) of om boodschappen te toetsen en te zien in hoeverre zij bij de ontvanger aansluiten bij het gekozen handelingsperspectief. Daarnaast kan de empathie in de boodschappen worden voorgelegd en worden getoetst en aangescherpt.
Kostenindicatie: ca 5.000,- per onderzoek

Communicatie

De Communicatie kolom stelt voor de onderdelen b) enc) te initiëren en uit te voeren; onderdeel a) wordt uitgewerkt in samenwerking tussen communicatie VRAA/GGD/Herstel en OIS. De uitkomsten worden gedeeld met de andere kolommen in het ROT.

Besluitvormingsroute

Datum vergadering/overleg	Afgestemd in/met
7 december	ROT
8 december	RBT

Meegezonden stukken

geen