



# Den Haag

1001

Retouradres: Postbus 12600, 2500 DJ Den Haag

Aan: de gemeenteraad

**Ons kenmerk**

BSD/10052791

RIS306533

**Contactpersoon**

Ernst van den Berg / Borre Benjamins

**Dienst**

Bestuursdienst

**Afdeling**

directie Communicatie en Citybranding

**Telefoonnummer**

14070

**E-mailadres**

ernst.vandenberg@denhaag.nl

**Datum**

15 december 2020

**Onderwerp**

Afdoening motie "Verbeter informatievoorziening over coronamaatregelen voor laaggeletterden en anderstaligen"

Uw raad heeft tijdens de bespreking van de gedachtewisseling corona op 7 oktober 2020, de door het raadslid de heer Grinwis ingediende motie "Verbeter informatievoorziening over coronamaatregelen voor laaggeletterden en anderstaligen" (RIS306533) aangenomen.

De motie luidt als volgt:

*Constaterende, dat:*

- *de laatste cijfers over het aantal coronabesmettingen in onze stad laten zien dat het aantal besmettingen in kwetsbare wijken hoog is terwijl daar het aantal geteste personen relatief laag is;*
- *deze wijken een bovengemiddeld hoog aantal laaggeletterden heeft<sup>3</sup>;*

*Overwegende, dat:*

- *het college al heeft aangekondigd flyers in verschillende talen te zullen verspreiden waarin de coronamaatregelen staan vermeld;*
- *deze maatregelen niet alle anderstaligen zullen bereiken en laaggeletterden moeite hebben om de flyers te begrijpen;*
- *de gemeente Amsterdam gebruikmaakt van een 'social distance bus', waarmee zij door de diverse stadsdelen rijdt om daar in diverse talen de coronamaatregelen duidelijk te maken<sup>5</sup>;*

*Verzoekt het college:*

- *in aanvulling op het verspreiden van flyers de communicatie in de richting van de wijken met relatief veel besmettingen te intensiveren en daarbij onder andere gebruik te maken van beeldtaal en de 'social distance bus',*

Ter afdoening van de motie bericht het college u het volgende:

Bij de communicatie over de maatregelen in en met de stad worden middelen ingezet om laaggeletterden te bereiken. De gemeente werkte tot november onder andere met communicatiemiddelen die de Rijksoverheid aanreikt ter ondersteuning van de communicatie over de landelijke maatregelen. Daarbij maakt de overheid gebruik van onder meer pictogrammen, beeldcommunicatie en video-animaties.

### **Den Haag tegen Corona**

Begin november startte onze eigen campagne 'Den Haag tegen Corona', die is gestoeld op inzichten van de RIVM-gedragsunit waarmee we eind september een kennis dag organiseerden. De eerste concepten van de posters zijn (kwalitatief) getest onder de doelgroepen Hagenaars met een niet-Westerse migratieachtergrond, jongeren en ouderen. Daarnaast zijn de posters getest bij de focusgroep met laaggeletterden en anderstaligen bij De TaalPlus-school van ROC Mondriaan.

### **In acht vreemde talen**

Inmiddels bestaat de campagne uit een serie posters, video's en verhalen gebundeld op een website, die naast in het Nederlands, in 8 talen wordt aangeboden. Deze talen zijn gekozen in overleg met de medewerkers Stadsdelen & Wijken. In de campagne-uitingen staan steeds een gedraging en de toepasselijke corona-maatregelen daarbij centraal. Hoofdpersoon is een Haags boegbeeld voor specifieke doelgroepen. Posters worden in 8 talen aangeboden; de Nederlands gesproken video's zijn ook Engels ondertiteld.

### **Verspreiding via netwerken in de stad**

Verspreiding van de materialen vindt plaats via de social mediakanalen van de gemeente en via (deels ingekochte) advertentieruimte in de buitenruimte. Belangrijker is de inzet van de netwerken in de stadsdelen & wijken. Ruim 150 sleutelfiguren zijn benaderd en gevraagd hun medewerking te verlenen aan de verspreiding van de uitingen in hun netwerk. Deze belronde leverde ook een mailinglijst met ongeveer 2.000 adressen waaraan wij nieuwsbrieven met campagnematerialen sturen.

### **Inspelen op actuele situaties**

Op basis van informatie van de GGD en de monitoring van onze omgevingsanalisten spelen we met de campagne in op actuele situaties. Bijvoorbeeld: met de decembermaand voor de deur blijken toch veel mensen te gaan funshoppen. Daarover maken wij dan nieuwe posters ondersteund door twee korte campagnevideo's, zeer geschikt om te delen via WhatsApp. Een ander aandachtspunt blijkt het thuisblijven bij klachten en in quarantaine zijn. Ook daarover verschijnen deze dagen posters in de stad en video's.

### **Optimale mix van communicatiemiddelen**

Wij werken met een team continu aan nieuwe communicatiemiddelen. In afstemming met onze doelgroepen zullen wij steeds bepalen welke middelenmix de grootste effecten sorteert. Zo ontstond bijvoorbeeld de keuze voor korte video's die zijn te delen via WhatsApp. Binnenkort zullen wij huis-aan-huis campagneposters verspreiden om echt achter de voordeur te komen in heel Den Haag.

**Gemeente Den Haag**

**Ons kenmerk**  
BSD/10052791

Wat betreft het inzetten van een 'social distance'-bus: uit afstemming met onze Amsterdamse communicatiecollega's blijkt dat dit middel in de PR zeker effectief bleek, maar in praktijk ook agressie en onbegrip oproep bij omstanders. Om die reden hebben wij dit communicatiemiddel niet toegevoegd aan onze mix.

Het college beschouwt de motie hiermee als afgedaan.

Het college van burgemeester en wethouders,  
de secretaris, de burgemeester,

Ilma Merx

Jan van Zanen