

# Handreiking communicatie

corona

richting jongeren



**Samen  
volhouden  
is van  
levensbelang**



## Aanleiding en context

**Jongeren hebben veel moeite met de huidige situatie. Zo blijkt uit landelijk onderzoek van I&O Research en Universiteit Twente dat bijna de helft van de jongeren zich eenzamer voelt door de crisis. Hiermee is dit de leeftijdscategorie die zich het vaakst eenzamer is gaan voelen door de crisis. In de omgevingsanalyses zien we dan ook dat niet alle jongeren zich even goed aan de maatregelen houden: zij zoeken elkaar toch nog vaak op, komen in groepen samen en houden niet 1,5 meter afstand.**

We willen daarom communicatie inzetten die specifiek gericht is op jongeren om hen aan te moedigen de maatregelen vol te houden. In deze handreiking voor gemeenten delen we graag enkele ideeën en tips voor de rol die gemeenten kunnen spelen in de communicatie richting jongeren. Zo vind je vanaf pagina 4 enkele concrete acties die gemeenten kunnen uitvoeren om jongeren te bereiken.

In verschillende regio's zijn al enkele campagnes bedacht om jongeren te bereiken. Uit analyse blijkt echter dat deze campagnes minder goed aansluiten op onze doelstellingen. In Noord-Holland Noord zoeken we daarom aansluiting bij de campagne van de Rijksoverheid. De aanpak die aan deze handreiking ten grondslag ligt, vloeit voort uit de strategie "Samen volhouden is van levensbelang - Communicatiestrategie coronacrisis in Noord-Holland Noord", die in april is vastgesteld in het RBT.

## Strategie

Het **doel** is ervoor te zorgen dat het grootste deel van de jongeren zich blijft houden aan de maatregelen omtrent sociale onthouding, zonder bij te dragen aan het beeld dat jongeren de zwakke schakel in deze crisis zijn.

### Uitgangspunten bij het communiceren richting jongeren zijn:

- Jongeren hebben puberbreinen. Ze zijn weinig ontvankelijk voor straf of opgeheven vingers en het is voor hen lastig de gevolgen van hun acties te overzien.

### We zetten in op positieve gedragsbeïnvloeding en normzetting

- Deze crisis heeft veel impact op het leven, emoties en behoeften van jongeren. De crisis vraagt hen zoveel mogelijk thuis te blijven met hun ouders, terwijl ze in hun levensfase juist behoefte hebben om zich daarvan los te maken en op te trekken met leeftijdsgenoten. Sommige zijn hun bijbaan kwijt en voelen onzekerheid over de gevolgen voor hun schoolwerk, opleiding of kans op een baan.

### We hanteren daarom de volgende strategie:

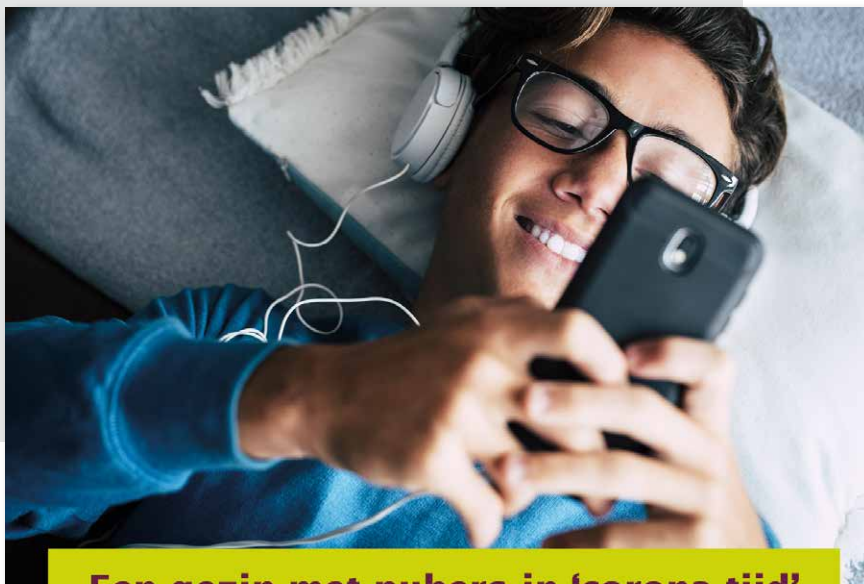
- De focus leggen op positieve gedragsbeïnvloeding: laten zien wat wél goed gaat om zo bij te dragen aan normzetting en te voorkomen dat jongeren de kop van jut van deze crisis worden.
- Inzetten op normzetting door jongeren zelf: als veel jongeren laten zien dat ze zich aan de maatregelen houden, wordt benadrukt dat het normaal is om je aan de maatregelen te houden.
- Inzetten op praktische tips en tricks van dingen die wél kunnen.
- De boodschap vooral laten komen uit de mond van jongeren zelf, niet uit overheidsmond.
- Zoveel mogelijk aansluiten bij trends, hashtags en challenges die al leven onder de doelgroep zelf.
- In communicatie over en richting jongeren vanuit de overheid empathie en begrip tonen voor hun lastige situatie, zonder aan harde grenzen te tornen.



## Wat doen VRNHN en GGD HN?

### VRNHN en GGD HN...

- Delen de middelen van de jongerencampagne van de Rijksoverheid op hun kanalen.
- Delen socialemediaberichten van jongeren uit de regio die goed gedrag tonen door op hun kanalen.
- Maken content waarin jonge hulpverleners hun leeftijdsgenoten aanmoedigen zich aan de maatregelen te houden. Eerdere berichtgeving toont aan dat inwoners goed reageren op onze hulpverleners. We zetten daarom de jongere hulpverleners van brandweer en ambulance in om de jongeren op positieve wijze aan te sporen zich aan de maatregelen te houden, bijvoorbeeld door praktische tips te geven over alternatieve activiteiten die wél kunnen.
- Bieden handvatten om het gesprek aan te gaan met jongeren aan volwassenen die dichtbij de doelgroep staan, zoals ouders, leerkrachten en jongerenwerkers. We inventariseren welke mogelijkheden zij hebben om het gesprek aan te gaan, wat zij daarvoor nodig hebben, bieden antwoord op hun vragen en wisselen goede voorbeelden uit.
- Wisselen goede voorbeelden en tips uit. In de dagelijkse nieuwsupdate houden we gemeenten op de hoogte van mooie berichtgeving in de andere gemeenten, zodat we elkaar kunnen inspireren.



### Een gezin met pubers in 'corona tijd'

#### Opvoedblog april

*"Een gezin met pubers kan normaal al heel pittig zijn. Laat staan als je ineens veel op elkaars lip zit."*



# Wat kunnen gemeenten doen?

**Gemeenten kunnen aansluiten bij deze strategie door bijvoorbeeld goede voorbeelden van jongeren te delen op hun kanalen. Daarnaast vragen we communicatiecollega's van de gemeenten te helpen bij het uitvoeren van deze strategie door informele leiders in te schakelen om het goede voorbeeld te geven.**

## 1 Deel de middelen van de jongeren-campagne van de Rijksoverheid

De Rijksoverheid ontwikkelt momenteel een kleine deelcampagne voor jongeren onder de vlag Alleen Samen. De middelen zullen ook beschikbaar worden gesteld voor de gemeenten.



## 2 Help bestuurders en betrokkenen de juiste toon aan te slaan in hun communicatie richting én over jongeren

Het is belangrijk jongeren aan te spreken op hun gedrag, zonder daarbij bij te dragen aan de wrijving in de samenleving. Vermijd taal die groepen tegenover elkaar zet en gebruik taal die saamhorigheid en solidariteit bevordert. Toon empathie en begrip en blijf communiceren over goed gedrag.



## 3 Deel voorbeelden van goed gedrag onder jongeren

Houd in de gaten wat jongeren plaatsen op sociale media. Zoek daarbij naar voorbeelden waaruit goed gedrag blijkt. Dit kan veel uiteenlopende vormen aannemen: van jongeren die zich actief inzetten om hulp te bieden, bijvoorbeeld door boodschappen voor hun buurman te doen, tot jongeren die simpelweg laten weten dat ze een digitaal feestje vieren met hun vrienden, of bij gebrek aan sportschoolactiviteiten nu zelf een sportieve work-out doen in de tuin.

Wanneer jongeren uit onze regio op sociale media zulk goed gedrag of leuke hulpinitiatieven laten zien, deel zulke content dan door. Door te laten zien dat veel jongeren zich wél aan de maatregelen houden, kunnen we bijdragen aan het zetten van de norm. Door content van jongeren zelf door te delen, blijven zij de afzender, waardoor de boodschap het sterkst is.

**Door content van jongeren zelf door te delen, blijven zij de afzender, waardoor de boodschap het sterkst is.**

VRNH is ook altijd benieuwd naar zulke goede voorbeelden. Stuur de goede voorbeelden daarom ook naar [communicatie@vrnh.nl](mailto:communicatie@vrnh.nl). Wij kunnen dit dan ook weer delen op onze socialemediakanalen en in de nieuwsupdate om andere gemeenten te inspireren.



## Zet lokale, informele leiders in



**We vragen gemeenten aan te sluiten bij de strategie van de Rijksoverheid met een lokale variatie: door jonge mensen met lokaal aanzien het goede voorbeeld te laten geven op hun eigen platformen. Uit peilingen blijkt dat veel jongeren ook graag iets willen betekenen voor anderen in deze tijd. Door lokale beïnvloeders te vragen het goede voorbeeld te geven op hun eigen platformen, kunnen ze bijdragen aan het zetten van de norm en anderen inspireren zich ook aan de maatregelen te houden.**



Het inzetten van lokale, jonge inwoners is hierbij het effectiefst. Hoe dichterbij de persoon die het goede gedrag laat zien bij de doelgroep staat, hoe sterker de invloed: iemand uit de regio spreekt meer aan dan iemand uit een andere provincie en iemand van dezelfde gemeente, wijk of school is nog overtuigender.

### Stap 1: Inventariseren

Inventariseer op welke jonge, lokale informele leiders je een beroep zou kunnen doen: welke jongeren hebben aanzien in de gemeente, zijn erg actief op sociale media, en zouden openstaan voor onze hulpvraag? Denk bijvoorbeeld aan een lokale muzikant of aanvoerder van het voetbalteam. Om de juiste jongeren te achterhalen kun je bijvoorbeeld navraag doen bij kennissen met tienerkinderen, bij middelbare scholen of lokale verenigingen waarvan veel jongeren lid zijn. Of kijk bijvoorbeeld welke jongeren uit de gemeente veel volgers hebben op sociale media.

### Stap 2: Benaderen

Benader vervolgens deze informele leiders met de vraag of zij een rol willen spelen in het inspireren van hun leeftijdsgenoten en volgers. Een telefoontje of bericht van de gemeente komt voor de jongeren misschien wat uit het niets. Zet daarom je netwerk in om deze jongeren te benaderen: laat bijvoorbeeld de wethouder cultuur de ondernemer van het poppodium vragen die lokale muzikant te benaderen. Of misschien is een collega wel

**Tip: gebruik je netwerk en je zal zien dat ook jongeren graag een steentje bijdragen.**

bevriend met de ouders van een van de jonge beïnvloeders. Wanneer het verzoek komt van iemand die de jongeren al kennen, zal hun bereidheid mee te werken des te groter zijn.

### Stap 3: Inspireren

Vraag de informele leiders het goede voorbeeld te geven in hun socialemediaberichten en leeftijdsgenoten te inspireren de maatregelen te volgen. Geef hen wat tips, suggesties en inspiratie mee voor de manier waarop ze dit kunnen verwerken in hun socialemediaberichten, maar laat ruimte voor hun eigen toon en creativiteit. Zo kunnen zij bijvoorbeeld laten zien hoe zij nu hun tijd doorbrengen, wat voor creatieve oplossingen ze vinden om hun vrienden/vriendinnen te spreken of ideeën uit wisselen over wat je nu met je tijd kunt doen. Het is niet nodig om een voorbedachte boodschap mee te geven of hen te vragen een expliciete oproep te doen om je aan de maatregelen te houden. Hoogdravende berichten met expliciete oproepen die de overheidsleuzes herhalen kunnen namelijk gewantwoord worden als ze niet aansluiten bij de persoonlijkheid of het imago van de beïnvloeder.



*De landelijke influencers die de Rijksoverheid inzet kunnen inspiratie bieden voor het soort berichten dat lokale jongeren kunnen maken.*