

12 aug 2020 -12:10

## Overheidscampagne '11miljoenredenen.be' toont drijfveren van Belgen om zes gouden regels tegen corona te blijven volhouden

De federale overheid trapt vandaag een nieuwe grootschalige on- en offline campagne af - 11miljoenredenen.be - om Belgen extra aan te moedigen om de zes gouden regels tegen corona te blijven volhouden. Centraal staat een reeks van negen verschillende portretten van burgers die elk hun persoonlijke drijfveren op een foto tonen. Elke Belg heeft namelijk minstens één goede reden om de zes gouden regels tegen corona te blijven volgen, luidt het idee. De campagne nodigt iedereen dan ook uit om zijn of haar persoonlijke reden te delen via 11miljoenredenen.be als antwoord op de vraag: 'Waarom leef jij de regels na?'

### Nieuwe campagne om zes gouden regels te blijven volhouden

Met een eerste grootschalige en meertalige campagne, die begin april van start ging, heeft de federale overheid de burgers succesvol geïnformeerd over de zes gouden regels en hen aangemoedigd om de goede reflexen hieromtrent aan te wenden. Alle communicatiekanalen samen genomen heeft deze eerste campagne minstens 90% van de Belgen boven de 18 jaar bereikt.

Met de nieuwe campagne 11miljoenredenen.be spoort de federale overheid vanaf vandaag alle Belgen aan om de zes gouden regels te blijven toepassen.

Omdat we allemaal weer willen genieten van het samen zijn

Arlin Bagdat, directeur-generaal Externe Communicatie van de FOD Kancelarij van de Eerste Minister, licht toe: "Corona is nog steeds onder ons. Het is noodzakelijk dat we allen de zes gouden regels blijven volgen, één van de belangrijke voorwaarden om het virus te controleren en om weer stap voor stap te kunnen genieten van onze sociale contacten. Zo kunnen we uiteindelijk de groeicurve in het aantal besmettingen en ziekenhuisopnames doorbreken, en levens redden. Hiertoe wil 11miljoenredenen.be sensibiliseren: maak je de zes gouden regels eigen en blijf ze volhouden. Alleen samen kunnen we hierin slagen."



'Omdat ik mijn club nog eens in 't echt wil zien spelen'

Een kleindochter die haar grootmoeder snel weer wil kunnen knuffelen, een festivalganger die nog zo'n zomer zonder festivals niet aankan, een voetbalsupporter die zijn club nog eens in 't echt wil zien spelen, een kapper die de 'coronacoupekes' niet meer kan aanzien of een cafébaas die zijn klanten evenzeer nodig heeft als zij hem: het is een greep uit de negen uiterst herkenbare campagnebeelden.

De campagne verloopt via verschillende on- en offline kanalen: tv, radio, online en geschreven pers, affichage en sociale media.



6 gouden regels tegen corona, 11 miljoen redenen om ze te blijven volhouden

De campagne van de federale overheid is tot stand gekomen in navolging van de aanbevelingen van de expertengroep GEES (Group of Experts on the Exit Strategy), die in zijn vijfde nota aan de eerste minister en het kernkabinet vroeg om een brede campagne te voeren. Ze wil de burgers motiveren om de zes gouden regels te blijven toepassen. Ook werd aanbevolen om de communicatie af te stemmen op moeilijk bereikbare doelgroepen zoals socio-economisch kwetsbare bevolkingsgroepen en ze te bereiken via influencers. Zoals ook het geval was bij de vorige campagne, zal de federale overheid deze nieuwe campagne aanpassen in functie van de epidemische situatie; en de nodige activiteiten opzetten om specifieke doelgroepen te bereiken.

Naast het dragen van een mondneusmasker als bijkomende bescherming, lees je - met je eigen sociale contacten in het achterhoofd - er best ook nog eens de zes gouden regels tegen corona op na:

- Respecteer de hygiëneregels
- Doe je activiteiten liefst buiten
- Denk aan kwetsbare mensen
- Hou afstand (1,5 m)
- Beperk je nauwe contacten

- Volg de regels over bijeenkomsten

*\*Het mondneusmasker is een bijkomende bescherming en is in bepaalde situaties verplicht.*

Voor vragen rond deze campagne of de zes gouden regels tegen corona, surf naar [11miljoenredenen.be](https://11miljoenredenen.be).

Deze campagne werd opgezet door de FOD Kanselarij van de Eerste Minister in samenwerking met FOD Volksgezondheid en het Nationaal Crisiscentrum van FOD Binnenlandse Zaken.

Noot aan de redactie: Hier kan u de campagnematerialen downloaden:  
[11miljoenredenen.be/communicationroom](https://11miljoenredenen.be/communicationroom)

FOD Kanselarij van de Eerste Minister - Algemene Directie  
Externe Communicatie  
Wetstraat 16  
1000 Brussel  
België  
+32 2 501 02 11  
<https://kanselarij.belgium.be>

Arlin Bagdat  
Directeur-generaal  
+32 2 287 41 05  
+32 478 32 91 47  
[arlin.bagdat@premier.fed.be](mailto:arlin.bagdat@premier.fed.be)