

Managementsamenvatting

DPC140 Hey, het is oké

CAMPAGNE-EFFECTEN

Eén van de doelstellingen van de campagne is om de drempel om over psychische klachten te praten te verlagen. Deze voelen-doelstelling is gericht op het verminderen van een taboe en het realiseren van effect op deze doelstelling is een langetermijn doel. Na de eerste twee campagneflights is er nog geen effect zichtbaar op deze doelstelling: men ervaart in gelijke mate een drempel om erover te praten, zowel bij omstanders als mensen die psychische klachten hebben (gehad).

Ondanks dat er een zekere drempel wordt gevoeld, zijn zowel de hoofddoelgroep omstanders als diegenen die zelf klachten hebben (gehad) na de campagne meer gaan praten over psychische klachten. De praten-doelstelling is daarmee behaald. Ongeveer acht op de tien Nederlanders heeft de afgelopen maanden met anderen over psychische klachten gesproken. Dit is meer dan voorafgaand aan de campagne. Gedurende de campagne was er een positieve trend te zien.

Een groot aandeel (ruim acht op de tien) van beide doelgroepen vindt het waardevol om te praten over psychische klachten. Dit is onverminderd hoog gebleven na afloop van de campagne. Twee derde van de omstanders verwacht dat iemand die signalen van psychische klachten vertoont zich gehoord en geholpen zou voelen na een gesprek. De helft van de omstanders verwacht dat diegene waarmee gepraat wordt zich dan beter zou voelen.

Ondanks dat men meer is gaan praten zien we onder omstanders na de campagne dat minder mensen vinden dat openheid en praten over psychische klachten helpt. Daarnaast blijkt uit de resultaten dat maar de helft van de omstanders verwacht dat iemand die signalen van psychische klachten vertoont zich beter zou voelen na een gesprek.

Wat betreft de weten-doelstelling is de campagne er in geslaagd de kennis van omstanders over dat bijna 1 op de 2 Nederlanders ooit in zijn leven psychische klachten krijgt te vergroten. Mensen die zelf psychische klachten hebben (gehad) weten dit logischerwijs significant vaker dan omstanders. We zien verder in de contextstellingen dat de kennis dat psychische klachten iedereen kunnen overkomen van beide doelgroepen al vrij hoog is.

HERKENNING EN ACTIVATIE

De campagne wordt even goed herkend als andere Rijksoverheids campagnes met TV inzet. Vergeleken met de eerste campagneflight zien we dat de herkenning van de campagne-uitingen na afloop van de gehele campagne is gestegen. Daarnaast is gedurende de campagne het aantal mensen dat bekend is met de campagne-slogan 'Hey het is oké' toegenomen. Momenteel zijn zeven op de tien omstanders en driekwart van de mensen die zelf klachten hebben (gehad) hier mee bekend.

De twee campagneflights zorgden voor duidelijk zichtbare stijgingen van de bezoeken aan heyhetisoke.nl. Het grootste deel van de bezoekers zijn namelijk via de online campagne (uitingen en search) op de campagnewebsite terecht gekomen. In de tweede flight waren er minder bezoeken aan de website dan in de eerste flight. In de eerste flight was bezoek voornamelijk afkomstig via de display uitingen. Deze waren niet ingezet in de tweede flight.

WAARDERING EN BOODSCHAPOVERDRACHT

Zowel door omstanders als door mensen die zelf klachten (gehad) hebben, wordt de campagne zeer goed gewaardeerd. De rapportcijfers voor de gehele campagne en voor de TV-commercial behoren tot de hoogste 10% van alle gemeten rapportcijfers in Rijksoverheidscampagnes. De campagne wordt zeer duidelijk en geloofwaardig gevonden. De campagneboodschappen zijn voldoende overgebracht. Enkel de boodschap dat tips gevonden kunnen worden op heyhetisoke.nl blijft achter op de benchmark.

AANBEVELINGEN

De campagne is erin geslaagd, ondanks de gevoelde drempels (vooral onder 18-34-jarigen die zelf klachten hebben (gehad)), er voor te zorgen dat meer mensen zijn gaan praten over psychische klachten. Over het algemeen vindt men het namelijk wel waardevol om er over te praten. Tegelijkertijd zien we ook dat omstanders na de campagne minder voelen dat openheid en praten helpt, en dat maar de helft vindt dat iemand die signalen van psychische klachten vertoont zich beter zal voelen na een gesprek. Het is goed om verdiepend onderzoek naar deze drempels te doen.