

Doel en intensiteit bepalen effectiviteit risicocommunicatie

Gezond verstand

Effectieve risicocommunicatie bestaat uit het communiceren van gevaar. Dus niet – zoals vaak wordt gedacht – uit geruststellen. De Nederlandse burger redeneert namelijk met gezond verstand en gelooft dat transportbedrijven vanuit weloverwogen eigenbelang de veiligheid op orde (willen) hebben. Maar als burgers het gevoel krijgen dat er iets wordt verzwegen, dan slaat de bezorgdheid toe.

Tekst: Ira Helsloot en Barry van 't Padje
Fotografie: Shutterstock

Risicocommunicatie is een wettelijke taak van de overheid. Met de inwerkingtreding van de Wet veiligheidsregio's is risicocommunicatie vorig jaar (ook) een taak van de veiligheidsregio geworden.

De veiligheidsregio Utrecht wilde hiervoor een beleidsplan opstellen en gaf CrisisLab (de onderzoeksgroep die uitvoering geeft aan het onderzoeksprogramma van de leerstoel Besturen van Veiligheid van de Radboud Universiteit Nijmegen) de opdracht om te onderzoeken wat de burgers in de regio Utrecht verwachten van risicocommunicatie. Een van de risico's die onderzocht werden is het gevaar van transportongevallen met gevaarlijke stoffen. Dit artikel is gebaseerd op de uitkomsten van dat onderzoek.

Als de ontvangende partij jouw boodschap niet ziet zitten, bereik je je doel niet

Doel

Dat risicocommunicatie een overheidstaak is, is niet vanzelfsprekend. In bijvoorbeeld Duitsland zijn bedrijven verplicht om over hun eigen risico's te communiceren. In Nederland hebben we echter wettelijk vastgelegd dat de overheid de bevolking moet voorlichten over de rampen die haar kunnen treffen, over de maatregelen die daartegen zijn genomen en over wat burgers tijdens

zo'n ramp zelf kunnen doen voor hun veiligheid. Dat laat onverlet dat (transport)bedrijven hun eigen belang hebben bij goede risicocommunicatie: je kunt maar beter de omgeving 'mee' hebben dan 'tegen', om het plat te zeggen.

Risicocommunicatie kan dus geheel verschillende beleidsdoelen dienen: informeren van de bevolking, activeren van de bevolking ter voorbereiding op rampen, of het betrekken van de bevolking bij besluitvorming over risicobeleid.

Zulke communicatiedoelen zijn mooi, maar je moet wel weten waar de ontvangende partij nu precies op zit te wachten. Je kunt immers communiceren tot je een ons weegt; als de ontvangende partij jouw boodschap niet ziet zitten, zul je het doel nooit bereiken. Doelen moeten dus wel realistisch zijn.

Even belangrijk is het uitgangspunt dat de beoogde ontvanger (de burger), de zender (de overheid of bedrijven) vertrouwt. Uit het onderzoek blijkt dat het basisvertrouwen van de Nederlandse burger correspondeert met de mate waarin burgers denken dat de zender integer handelt en communiceert.

Wat betekent het om integer en realistisch te communiceren over potentiële (transport)rampen? Vijf inzichten helpen u op weg.

Inzicht 1: Hanteer als basis een terughoudende, informerende communicatiestijl

Uit het onderzoek blijkt dat de risicoperceptie van de

Utrechtse de burger redelijk accuraat is. De burger denkt terecht dat de dreiging van rampen klein is in vergelijking met meer dagelijkse risico's als slechte leefgewoonten en verkeersdeelname. De burger maakt zich daarom niet echt zorgen over het risico op rampen. Dit tempert de behoefte aan risicocommunicatie en rechtvaardigt een enigszins terughoudende informerende communicatiestijl.

Media-aandacht

In het onderzoek is het gevaar op transportongevallen met gevaarlijke stoffen één van de risico's die licht wordt overschat. Vermoedelijke oorzaak hiervoor is, dat in de regio Utrecht al sinds jaren een debat tussen overheden en in de media wordt gevoerd over het risico op een transportongeval met gevaarlijke stoffen. Er is twijfel of de risico's wel acceptabel zijn, bijvoorbeeld omdat in de regio Utrecht minder veiligheidsmaatregelen zijn genomen dan voor de Betuweroute. Dit gesteggel geeft burgers minder vertrouwen in het veiligheidsbeleid en leidt daarmee tot een hogere risicoperceptie en minder risicoacceptatie.

Inzicht 2: De behoefte aan risicocommunicatie is dynamisch

De gewenste basisterughoudendheid betekent niet dat de overheid en bedrijven niet of nooit over risico's moeten communiceren. Het gaat erom dat flexibel en bewust wordt ingespeeld op de behoeften van de burger. Uit het onderzoek blijkt dat de burger vindt dat over risico's gecommuniceerd moet worden wanneer het voor de burger praktisch nut kan hebben, of omdat zijn belangen in het geding zijn. In andere gevallen heeft de burger een lage behoefte aan risicocommunicatie. Overheden en bedrijven zouden dus nauwkeurig in de gaten moeten houden wanneer aan deze voorwaarden wordt voldaan om vervolgens snel in actie te komen. Praktisch betekent dit het volgende:

- ▶ Als een risico stabiel en geaccepteerd is, vindt de burger passieve risicocommunicatie voldoende. Dat wil zeggen dat relevante informatie vooral makkelijk vindbaar moet zijn bij een dergelijk risico.
- ▶ Als een in principe bekend en geaccepteerd risico verandert – bijvoorbeeld door de introductie van een nieuwe transportroute – dan vindt de burger dat er actiever moet worden gecommuniceerd.
- ▶ Als er een noodsituatie optreedt of er wordt een nieuw, nog niet geaccepteerd risico geïntroduceerd – bijvoorbeeld het transport van nucleair afval – dan moet volgens de burger heel actief met hen gecommuniceerd worden.

Inzicht 3: Niet doen alsof

De burger verwacht realistische risicocommunicatie. Dit betekent dat risicocommunicatie zowel zou moeten vertellen over de 'successen' in de beheersing van het risico als over de tekortkomingen en de belangentegengestelingen van het veiligheidsbeleid. De burger wil geen geruststellende boodschappen horen, maar feitelijke informatie ontvangen over wat er mis kan gaan. In het bijzonder moet risicocommunicatie nooit meer veiligheid willen beloven dan de burger zelf verwacht. Vrijwel alle burgers in de regio Utrecht (92%) verwachten bijvoorbeeld dat niet alle risico's kunnen worden weggenomen en dat ongelukken en rampen altijd kunnen gebeuren. Wie net doet alsof er geen bedreigingen zijn voor de veiligheid, wekt de indruk dat er iets verborgen wordt. Het advies is om ruimte te claimen voor een realistisch veiligheidsverhaal dat ook de economische afwegingen in beeld brengt. Burgers begrijpen heel goed waarom niet alles wat vanuit veiligheidsoogpunt mogelijk is ook daadwerkelijk wordt uitgevoerd.

Risicoperceptie versus risicoacceptatie

Risicoacceptatie is niet hetzelfde als risicoperceptie. Risicoperceptie is een inschatting van het 'gevaar' dat een risico met zich meebrengt. De acceptatie van een risico is in essentie een afweging van de voordelen tegen de nadelen van een risico. Een lage risicoacceptatie wijst dan op een onevenwichtigheid in de ogen van burgers in de verdeling van de voor- en nadelen.

Een hoge risicoperceptie betekent dus niet automatisch een lage risicoacceptatie. Sommige risico's met hoge risicoperceptie worden wel geaccepteerd, zoals roken vanwege het 'voordeel' van genot.

Andere risico's met juist een lage risicoperceptie, zoals straling van nieuw aan te leggen elektriciteitsmasten, worden niet (zomaar) geaccepteerd, omdat 'winst en verlies' in de ogen van burgers oneerlijk verdeeld zijn.

Inzicht 4: Stel eigen verantwoordelijkheid van burger centraal

De burger voelt de verantwoordelijkheid om zich op rampen voor te bereiden, maar alleen als het in zijn ogen zin heeft. De burger schat terecht in dat voor de meeste kleine-kans-groot-effect-risico's, zoals de explosie van een LPG-tankwagen, voorbereiding zinloos is. Een algemene (overheids)campagne gericht op het stimuleren van de burger om zich voor te bereiden op rampen heeft daarom niet veel zin. Of, zoals een burger in de

GEVAARLIJKE LADING

www.gevaarlijkelading.nl

Hét vakinhoudelijk platform voor vervoer gevaarlijke lading; transport, op- en overslag van gevaarlijke stoffen in Nederland en België. Een must voor iedereen die bezig is met vervoer van gevaarlijke stoffen over de weg, spoor, binnenwateren, zee en lucht, de Europese en de Nederlandse wetgeving, persoonlijke veiligheid, het bestrijden en voorkomen van incidenten.



JA

ik wil graag een abonnement op **GEVAARLIJKE LADING!** en ontvang:

- Ik kies voor een **proefabonnement op Gevaarlijke lading!** [GVLDPFR]
en ontvang geheel vrijblijvend 3 nummers voor maar € 29,-
- Ik kies voor een **abonnement op Gevaarlijke lading!** [GVL]
en ontvang het magazine 6 keer per jaar voor € 108,50*

*excl btw en incl verzend- en administratiekosten

Vul de bon in en stuur deze op naar:

Sdu Klantenservice, Postbus 20014, 2500 EA Den Haag.

Of fax naar (070) 378 97 83 of bestel via www.sdu.nl.

Naam organisatie	
Afdeling	
Adres	
Postcode en plaats	
Telefoon	Fax
Naam en voorletters	
Functie	
E-mail	

Actiecode 1723GL101, deze bon is geldig tot 31-12-2011

Wij verwerken uw gegevens, zoals uw (e-mail)adres, voor de uitvoering van de (abonnement)overeenkomst.

Wilt u ook op de hoogte gehouden worden van voor u relevante producten en diensten van Sdu?

Ja Nee

Wilt u op de hoogte gehouden worden van, voor u relevante producten en diensten van derden op het gebied van arbo, veiligheid en vervoer gevaarlijke stoffen?

Ja Nee

Meer informatie over onze uitgaven vindt u op www.sdu.nl.

Sdu UITGEVERS

focusgroep over transportongevallen met gevaarlijke stoffen stelde: 'Bij een heleboel situaties kun je zelf wel iets doen. Maar een ongeluk met gevaarlijke stoffen heb je net als natuurrampen helemaal niet in de hand.'

Risicocommunicatie kan wel succesvol zijn als:

- ▶ deze gericht is op bepaalde gerichte doelgroepen;
- ▶ rekening wordt gehouden met verschillen in risicoperceptie;
- ▶ de handelingsperspectieven zinvol zijn.

De burger neemt echter niet op alle vlakken de verantwoordelijkheid die bij zijn rol past. Slechts 37% van de burgers in de regio Utrecht wil zichzelf informeren over de aanwezige risico's, het risicobeleid en de voorbereidingsmogelijkheden. Een groot deel van de bevolking neemt die verantwoordelijkheid niet uit desinteresse en luiheid. Het is belangrijk dat het percentage dat zich

verantwoordelijk voelt om zich te informeren stijgt. Anders blijft het voor burgers te makkelijk om na incidenten de overheid of het bedrijfsleven ervan te beschuldigen dat zij er onvoldoende aan heeft gedaan om de bevolking te informeren.

De burger neemt zichzelf als verwende consument niet helemaal serieus

Nu komt het verwarrende: ook de 'luie burger' zelf vindt dat hij niet volgens het 'klant is koning' principe hoeft te worden behandeld. Uit het onderzoek blijkt dat de burger zichzelf als verwende consument niet helemaal

Drie niveaus van risicocommunicatie

Het eerste, laagste niveau van risicocommunicatie is het voorzien in objectieve informatie over risico's, het risicobeleid en de bijbehorende handelingsperspectieven. Iedereen moet in de gelegenheid zijn om deze informatie te vinden. Dit vertaalt zich onder meer in de verwachting dat informatie over risico's via verschillende instrumenten door de afzender beschikbaar wordt gesteld op aanvraag: brochures, boekjes en vooral internet.

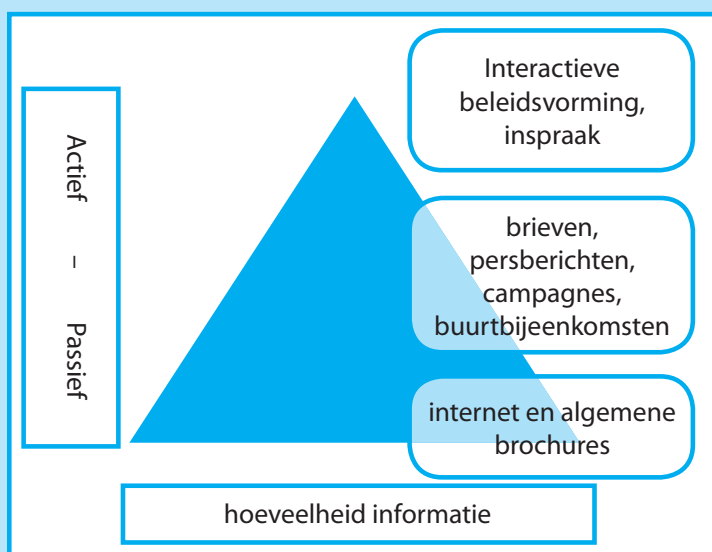
Dit niveau gaat dus over passief informeren.

Het tweede, middelste niveau van de communicatiebehoefte is het actief aanbieden van risicoinformatie

via verschillende kanalen, zoals nieuwsmedia en via het actief aanbieden van de communicatiemiddelen uit het eerste niveau.

Dit niveau gaat dus over actief informeren en beschikbaar zijn voor vragen.

Het derde, hoogste niveau van risicocommunicatie gaat over echte interactie. Burgers willen dan onderhandelen over het risicobeleid. Bij deze derde trap is daarom direct contact noodzakelijk en vormt het 'wisselgeld'; wie een CO₂-opslag wil aanleggen zonder voortdurend burgerverzet, zal moeten investeren in 'voordeeltjes' voor de burgers die aan het risico worden blootgesteld.




Ira Helsloot is
hoogleraar Besturen
van veiligheid aan
Radboud Universiteit
Nijmegen,
Barry van 't Padje is
onderzoeker bij
Crisislab

serius neemt. De burger begrijpt in meerderheid dat hij hard moet worden aangesproken op zijn eigen verantwoordelijkheid en dat hij soms moet lijden onder het algemeen belang. Wij noemen dat de 'narrige burger'. Integere risicocommunicatie betekent daarom ook dat tegenwicht wordt geboden aan het opportunisme van de burger.

Inzicht 5: Wie verantwoordelijkheid heeft, moet daarover communiceren

Tot slot kunnen we kort zijn over het vijfde inzicht: de door de burger gewenste afzenders zijn de organisaties die verantwoordelijk zijn voor de beheersing van een specifiek risico. Dit betekent dat bij risicocommunicatie meerdere organisaties betrokken zullen moeten zijn. Het eerder besproken realisme betekent dat de burger begrijpt dat partijen ook een 'eerlijk' eigenbelang hebben bij de risicovolle activiteit. Dat eigenbelang moet daarom nooit worden verzwegen, of – erger nog – worden verstoep onder de suggestie dat 'slechts het algemeen belang wordt gediend'.

Communicatie als risico

Wie de beschreven inzichten hanteert, voorkomt dat risicocommunicatie zelf een risico wordt voor de relatie met burgers. Risicocommunicatie is vooral een kwestie van integriteit, het gezonde verstand van de burger respecteren en gedoseerd communiceren. Risicoveroorzakers kunnen het beste helder zijn over de gevaren. Bagatelliseer risico's niet; burgers kunnen realistische inschattingen maken en worden niet graag met symbolische beloften afgescheept. Wees ook bereid om de onderhandeling in te gaan als het om een nieuw risico gaat; 'voor wat hoort wat' is het rechtvaardigheidsgevoel van de burger. En besef tenslotte dat de burger niet altijd meent wat hij zegt; de burger weet en wil dat bestuurders soms tegen zijn oppervlakkige mening in besluiten. 

Het onderzoeksrapport is te downloaden via www.crisislab.nl.



Want to focus on your profession?

Safety is OUR PROFESSION

Steeds meer moderne bedrijven in de industriële sector werken met gevaarlijke producten en chemische stoffen. De sector ziet zich geconfronteerd met steeds stringenter wettelijke eisen die in de bedrijfsvoering de nodige aandacht vergen. De opslag en distributie van deze stoffen brengen risico's en forse investeringen met zich mee. Wanneer u niet de vereiste kennis in huis heeft

of liever de 'focus on your profession' legt, is uitbesteden een voor de hand liggende keuze. Safety is our profession. Wij leveren de specialist die u de zekerheid geeft die nodig is. In Van den Anker vindt u een partner die uw vertrouwen waarmaakt. Naast onze logistieke diensten biedt ons transport- en kennisnetwerk u grote voordelen.

vandenAnker.com

 **van den Anker**
Experts in Chemical Logistics