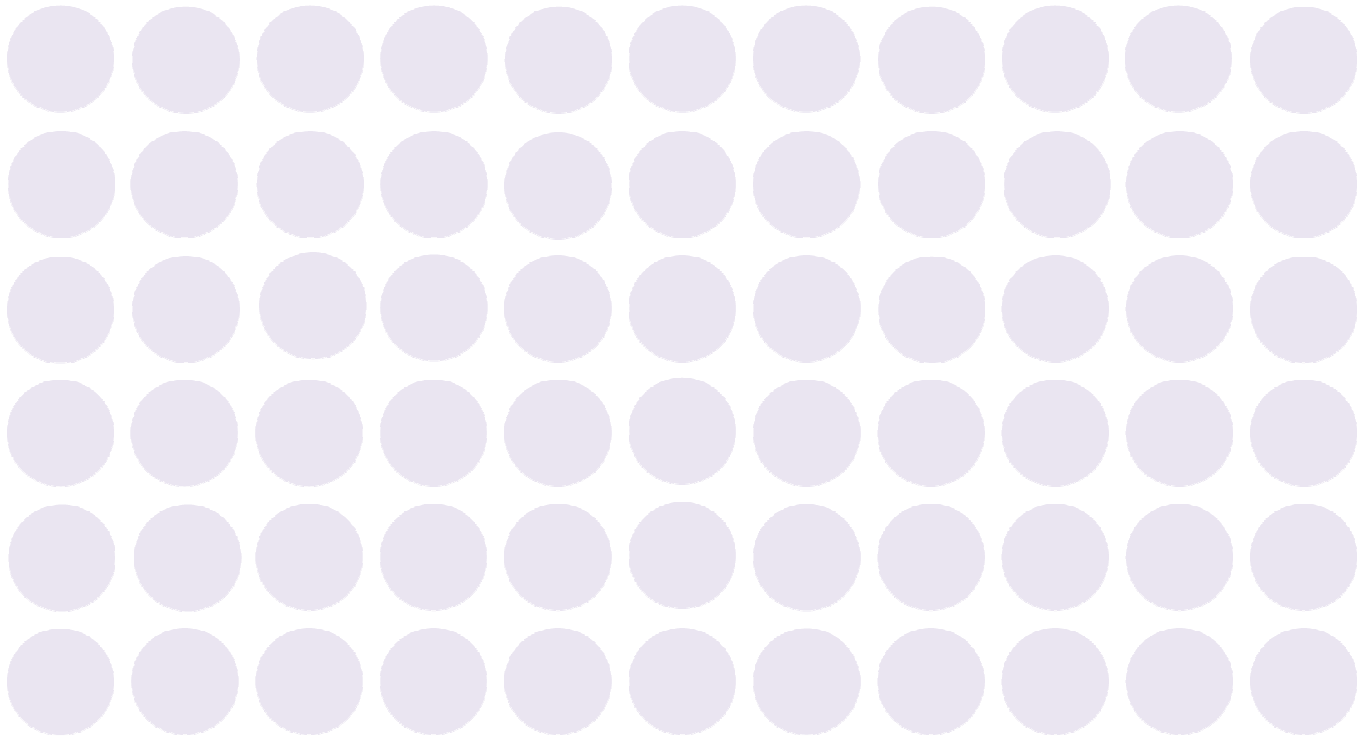


Onderzoek beeldvorming crisiscommunicatiemiddelen

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

December 2010





Colofon

Uitgave

I&O Research
Van Dedemstraat 6c
1624 NN Hoorn

Rapportnummer

2010-1735

Datum

December 2010

Oprachtgever

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties
Postbus 20011
2500 EA Den Haag

Auteurs

Drs. Marion Holzmann
Kim Franx, MSc.
Drs. Jaap Bouwmeester
Jan Gutteling, PHD

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.



Inhoudsopgave

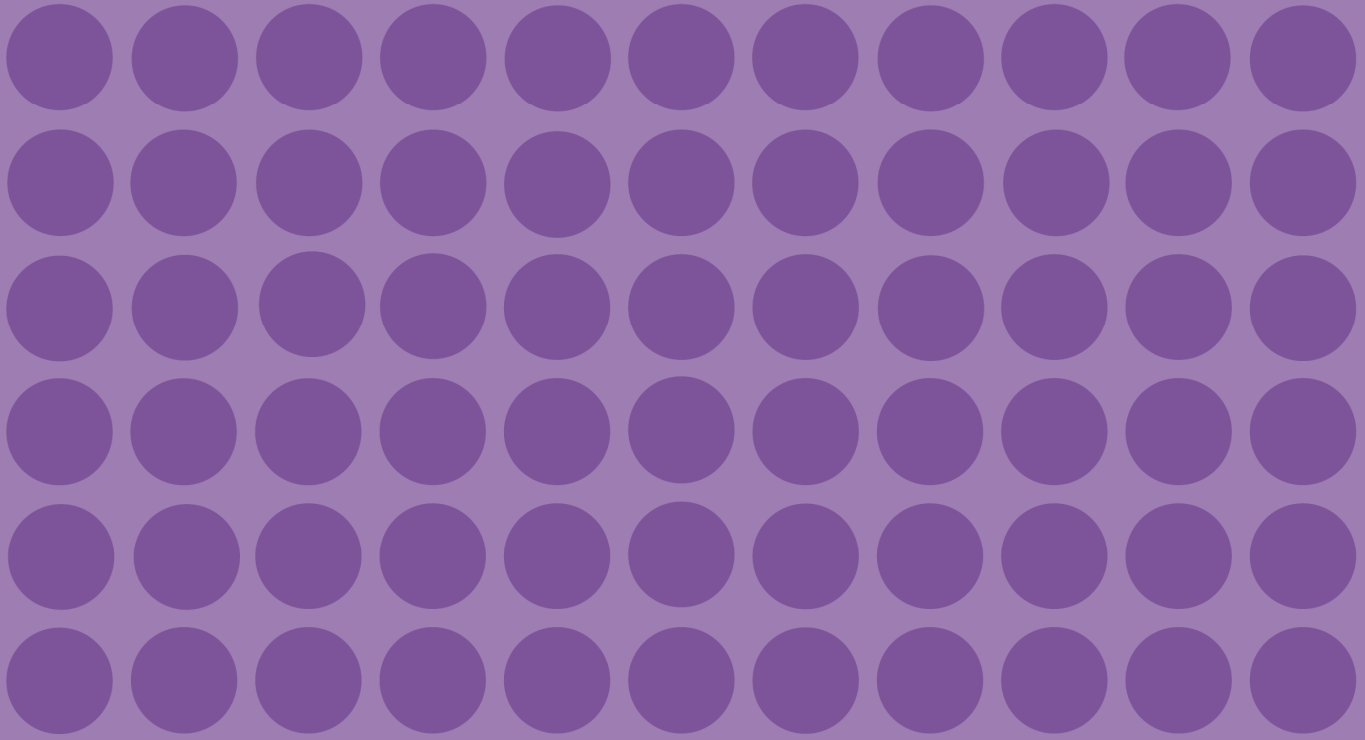
pag.

Samenvatting, conclusies en aanbevelingen	I
1. Inleiding	1
1.1 Achtergrond en aanleiding van het onderzoek	1
1.2 Doel en vraagstelling	2
1.3 Uitvoering van het onderzoek	3
2. Informatiezoekgedrag van burgers	6
2.1 Meerderheid Nederlandse bevolking heeft lage risicoperceptie	6
2.2 Persoonlijke relevantie scoort hoog	7
2.3 Burgers verwachten zichzelf goed te kunnen redden	7
2.4 Motieven voor informatiezoekgedrag	8
2.5 Samenvatting	9
3. Bekendheid en beeldvorming bij burgers	11
3.1 Zowel overheid als de burger zelf zijn verantwoordelijk voor voorbereiding op crisis	11
3.2 Vertrouwen in de crisiscommunicatie van de overheid is hoog	11
3.3 Burgers denken bij calamiteit en crisis vooral aan directe fysieke bedreigingen	12
3.4 De naam 'crisis.nl' is passend en heeft voor de meerderheid geen negatieve lading	12
3.5 Ruim de helft is bekend met de calamiteitenzenders	13
3.6 Massamedia spelen belangrijke rol bij informatie zoeken tijdens crisis	14
3.7 Samenvatting	16



4. Gebruik en beeldvorming bij overheden	18
4.1 Crisiscommunicatiemiddelen moeten vooral een massaal bereik hebben	18
4.2 Lokale bestuurders vatten de term 'crisis' breder op dan burgers	19
4.3 Bekendheid crisis.nl minimaal onder burgemeesters, maar groot onder adviseurs	20
4.4 Volgens meerderheid van communicatieprofessionals biedt crisis.nl meerwaarde	20
4.5 Gebruikswaarde van crisis.nl is verder te verbeteren	21
4.6 In de meeste gemeenten gelden afspraken over de inzet van crisis.nl	22
4.7 Tekortschieten eigen website voornaamste reden om crisis.nl in te zetten	23
4.8 Meerderheid heeft inzet crisis.nl nog nooit overwogen	24
4.9 Bekendheid, beeldvorming en gebruik calamiteitenzender	25
4.10 Calamiteitenzender wordt vooral ingezet bij langdurige noodsituaties	26
4.11 Onderscheid actuele nieuwsgaring en calamiteitenzender soms onduidelijk	27
4.12 Een derde van de communicatieprofessionals heeft geen inzicht in informatiezoekgedrag	28
4.13 Samenvatting	29
Bijlage 1. Vragenlijst burgers (telefonisch)	31
Bijlage 2. Vragenlijst communicatieprofessionals (online)	40

Samenvatting, conclusies en aanbevelingen





Onderzoek beeldvorming crisiscommunicatiemiddelen • Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

Samenvatting

Decentrale overheden kunnen tijdens crisissituaties verschillende communicatiemiddelen inzetten om burgers te informeren over de aard van de crisis en ook hoe men met deze situatie kan of dient om te gaan. Effectieve crisiscommunicatie kan de crisisbestrijding ondersteunen en de schade beperken. Crisiscommunicatie valt onder de verantwoordelijkheid van de burgemeesters van de getroffen gemeenten. Het Nationaal Crisiscentrum (NCC) faciliteert overheden bij het inzetten van crisiscommunicatiemiddelen.

De mate waarin gemeenten en veiligheidsregio's de crisiscommunicatiemiddelen 'crisis.nl' en de 'calamiteitenzender' inzetten, blijft vanaf het begin achter bij de verwachtingen. Om meer inzicht te krijgen in de achtergronden hiervan hebben het NCC en de directie Kennisontwikkeling voor Openbaar Bestuur en Veiligheid (KOV) van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) een onderzoek laten uitvoeren naar het gebruik van en de beeldvorming over crisis.nl en de calamiteitenzenders.

Het onderzoek is door I&O Research uitgevoerd in de periode augustus-oktober 2010. Het onderzoek bestond uit een telefonische enquête onder 600 burgers, een online-enquête onder 366 gemeentelijke webredacteuren en communicatieadviseurs en interviews met een tiental burgemeesters.

Hieronder volgen de belangrijkste uitkomsten en conclusies van het onderzoek.

1. Resultaten

Informatiezoekgedrag van burgers

Risicoperceptie en vertrouwen in overheidscommunicatie

Ruim 80 procent van de Nederlanders heeft een lage risicoperceptie. Dat wil zeggen dat zij zich zelden of nooit zorgen maken over een mogelijke calamiteit of crisis in de eigen leefomgeving. Verder bestaat er een grote mate van zelfvertrouwen om in een eventuele noodsituatie op de juiste manier te kunnen handelen. Drie op de vier burgers vindt het belangrijk om te weten welke calamiteiten zich in de leefomgeving kunnen voordoen. Eveneens een meerderheid van drie vierde heeft vertrouwen in de informatie van de overheid.

Informatiezoekgedrag in voorbereiding op eventuele noodsituaties

Eén op de vijf inwoners van ons land is wel eens gericht op zoek gegaan naar informatie over hoe men zichzelf kan voorbereiden op een eventuele calamiteit of crisis, zonder dat er op dat moment van een dreigende situatie sprake was. Personen met een hogere risicoperceptie blijken meer geneigd te zijn om op zoek te gaan naar informatie dan degenen die de kans op een noodsituatie lager inschatten. Concrete aanleidingen om informatie te gaan zoeken is een specifieke situatie die men zelf heeft meegemaakt, berichten in de media of het lezen van voorlichtingsmateriaal. Een deel van de 'informatiezoekers' doet dat zonder specifieke reden of aanleiding.



Onderzoek beeldvorming crisiscommunicatiemiddelen • Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

Informatiezoekgedrag tijdens noodsituaties

Bijna één op de vijf inwoners van ons land heeft naar eigen zeggen ooit een crisis of noodsituatie meegemaakt. In de meeste gevallen doelt men hiermee op een grote brand, een overstroming, een groot verkeersongeval of het vrijkomen van gevaarlijke stoffen in de directe omgeving. In driekwart van de gevallen heeft men daadwerkelijk actie moeten ondernemen, zoals evacueren of ramen en deuren sluiten. In deze noodsituaties blijken radio en televisie en de hulpdiensten de drie belangrijkste informatiebronnen te zijn geweest.

Zicht op informatiezoekgedrag vanuit de overheid

Decentrale overheden hebben in beperkte mate zicht op de informatiezoekmotieven van burgers. In enkele grotere gemeenten is daar gericht onderzoek naar gedaan. Gemeenten en veiligheidsregio's zeggen daarnaast het informatiezoekgedrag te kennen vanuit landelijk onderzoek naar het gedrag van burgers in noodsituaties en door analyses van het algemene mediagebruik van burgers.

Gebruik en beeldvorming website crisis.nl

Onder burgers

Eén op de twintig Nederlanders kent de website crisis.nl en weet ook waarvoor deze te gebruiken is. De geringe bekendheid is niet verrassend omdat de website alleen wordt ingezet tijdens noodsituaties. Veel burgers zullen er daardoor nog nooit gebruik van hebben gemaakt. Overigens wordt dit door communicatieprofessionals en lokale bestuurders niet als een probleem gezien. Als het gebruik van crisis.nl aan de orde is, gaat het er om op dat moment duidelijk te maken waar de informatie te vinden is. Voorafgaande naamsbekendheid van de website heeft dan betrekkelijk weinig meerwaarde.

Eén van de veronderstelde verklaringen voor het beperkte gebruik van crisis.nl door decentrale overheden heeft te maken met het woord 'crisis'. Dit woord zou een te zware lading kunnen hebben en burgers 'onnodig bang maken'. Het blijkt dat burgers het woord crisis vooral associëren met een aantal directe, fysieke dreigingen. De meest voorkomende associaties zijn brand en overstromingen. De naamgeving van crisis.nl blijkt wat dat betreft goed aan te sluiten bij de verwachtingen van burgers over de informatie op de website. Driekwart van de burgers vindt de naam crisis.nl dan ook goed gekozen. Crisis.nl is makkelijk te onthouden en dekt de lading. Daar staat tegenover dat een kwart van de bevolking zegt dat de naam onnodig bang maakt.

Bij decentrale overheden

Het NCC heeft veel geïnvesteerd in het verkrijgen van naamsbekendheid van crisis.nl onder communicatieprofessionals. Dat zijn namelijk degenen die de burgemeester moeten adviseren over de eventuele inzet van het communicatiemiddel. Het blijkt dat de inspanningen vruchten hebben afgeworpen. Zowel de communicatieadviseurs als webredacteurs bij gemeenten en/of veiligheidsregio's zijn goed op de hoogte van de mogelijkheden van crisis.nl. Dit geldt vanzelfsprekend voor de webredacteurs aangezien zij een cursus hebben gevolgd. Onder burgemeesters ontbreekt de operationele kennis van het communicatiemiddel en vertrouwt men op de deskundigheid van de ambtelijke ondersteuning.



Communicatieprofessionals hebben een belangrijke adviserende rol bij het nemen van de beslissing om crisis.nl in te zetten. De helft van de communicatieprofessionals geeft aan dat er in hun gemeenten en/of veiligheidsregio's regels of afspraken gelden over het gebruik van crisis.nl in noodsituaties.

Onder burgemeesters bestaat enige terughoudendheid in het gebruik van crisis.nl. De vrees bestaat dat een lokaal probleem groter wordt gemaakt dan het werkelijk is. Ook lijkt mee te spelen dat men met de inzet van crisis.nl de communicatie 'uit handen' zou geven. Deze vrees is minder aanwezig bij de communicatieprofessionals. De meerderheid (69%) van hen ziet de meerwaarde van de website crisis.nl vooral in situaties waarin overbelasting van de gemeentelijke website dreigt. Daarnaast is het volgens de communicatiedeskundigen een voordeel dat de website snel bereikbaar en betrouwbaar is en een goed bereik heeft. Wel wordt de gebruiksvriendelijkheid van het CMS (Content Management Systeem) door een deel van de webredacteurs ter discussie gesteld. Verder bestaat bij verschillende burgemeesters, en ook onder webredacteurs en communicatiedeskundigen, het beeld dat er veel voorwaarden en eisen zijn verbonden aan het inzetten van crisis.nl. Dit kan in hun ogen een vlotte beslissing over de inzet van de website belemmeren.

Burgemeesters en communicatieprofessionals hebben doorgaans weinig problemen met de naamgeving van crisis.nl. De algemene opvatting is dat het 'beestje bij de naam' moet worden genoemd. De naam crisis.nl past bij het communicatiedoel dat de overheid in noodsituaties heeft. Wel vatten burgemeesters het woord crisis veel breder op dan burgers. Waar burgers het woord vooral associëren met fysieke dreigingen, denken burgemeesters ook aan andere grootschalige verstoringen van de openbare orde, zoals stroomuitval of sociale onrust.

Gebruik en beeldvorming van de calamiteitenzender

Burgers

Meer dan de helft van de bevolking kan zowel Radio 1 als de regionale radiozender ontvangen en kan deze ook vrijwel direct vinden op de eigen radio of computer. Bijna de helft weet dat de overheid de radio gebruikt om informatie te geven bij een calamiteit of crisis. Op de vraag aan welke zender men dan in eerste instantie denkt wordt Radio 1 veel vaker genoemd dan de regionale zender.

Decentrale overheden

Burgemeesters en communicatieadviseurs beschouwen de calamiteitenzender als een snel, toegankelijk en betrouwbaar communicatiemiddel. In de meeste gemeenten en/of veiligheidsregio's gelden regels en afspraken voor de inzet van de regionale zender als calamiteitenzender bij crisissituaties. Deze afspraken gaan over wanneer de zender ingezet kan worden en wie de beslissing daarvoor neemt.

De calamiteitenzender wordt vooral ingezet bij noodsituaties die lang duren en waarover omwonenden voortdurend geïnformeerd dienen te blijven, zoals bij grote branden, gifwolken of hoge waterstanden. De beslissing van gemeenten en/of veiligheidsregio's de calamiteitenzender in te zetten is behalve van de aard en omvang van de crisissituatie, afhankelijk van een aantal factoren. Ten eerste is de kwaliteit van belang, de dekking moet goed zijn en moet de zender voldoende bekend zijn bij de bevolking. Belangrijk is verder de mate waarin er sprake is van een vertrouwensrelatie tussen de autoriteiten en de regionale zender.



2. Conclusies

Algemeen

- In het kader van de crisiscommunicatie stellen burgemeesters en communicatieprofessionals duidelijke eisen aan de communicatiemiddelen die ze inzetten. De belangrijkste zijn dat communicatiemiddelen betrouwbaar moeten zijn, een groot bereik moeten hebben en snel en makkelijk in gebruik te nemen moeten zijn.

Crisis.nl

- De naamsbekendheid onder burgers is laag. Slechts een klein deel weet wat voor informatie er te vinden is. Volgens communicatieprofessionals is een lage naamsbekendheid geen nadeel bij de inzet van het communicatiemiddel. Er zijn ook weinig redenen om aan te nemen dat de naamgeving van crisis.nl ongewenste effecten heeft op burgers wanneer de website wordt ingezet. De naam crisis.nl past volgens de meeste burgers prima bij het gebruiksdoel. Ongeveer een kwart vindt de naam minder geschikt en zegt dat deze onnodig bang maakt.
- Ook bij lokaal bestuur en communicatieprofessionals zijn tegen de naamgeving weinig weerstanden te constateren. De bekendheid van de website crisis.nl onder burgemeesters die de website nog nooit hebben ingezet is eveneens minimaal. Bij de beslissing over eventuele inzet van het communicatiemiddel, vertrouwen zij op de adviezen van hun communicatieprofessionals. Deze adviseurs zijn goed op de hoogte van de mogelijkheden van crisis.nl en oordelen hierover doorgaans positief. De meerderheid van de communicatieprofessionals zien crisis.nl als een snel bereikbaar, betrouwbaar communicatiemiddel met een duidelijke toegevoegde waarde. Wel plaatsen met name webredacteuren kanttekeningen bij de gebruiksvriendelijkheid van het CMS.
- Wanneer burgemeesters van hun adviesteam het advies krijgen crisis.nl in te zetten, zal men daaraan in de meeste gevallen gevolg geven. Toch is er bij de burgemeesters ook sprake van enige terughoudendheid. Een belangrijke overweging van bestuurders bij de inzet van crisis.nl is dat ze daarmee de situatie niet erger laten lijken dan feitelijk het geval is. Men wil een lokale situatie graag lokaal houden en onnodige commotie voorkomen. Daarbij geeft de inzet van crisis.nl bij een deel van de burgemeesters, al dan niet terecht, het gevoel de 'regie uit handen te geven'. Opvallend en zorgwekkend is dat de communicatieprofessionals die over de inzet van crisis.nl moeten adviseren, slecht op de hoogte zijn van het maximale aantal hits per minuut dat de eigen gemeentelijke website aankan.



Calamiteitenzender

- De bekendheid van de 'calamiteitenzender' is onder burgers niet bijzonder groot. Minder dan de helft van de Nederlanders weet dat de overheid via de radio informatie verstrekt over hoe te handelen bij noodsituaties en kan daarbij ook de juiste zenders (Radio 1 of de regionale zenders) noemen. Dit hoeft echter niet te betekenen dat de mensen die de calamiteitenzenders niet kennen, verstoken zullen blijven van informatie tijdens een crisis. Velen zullen afstemmen op de regionale radio of Radio 1, wellicht zonder te weten dat dit de calamiteitenzender is.
- Burgemeesters en communicatieadviseurs zien de bekendheid en de toegankelijkheid van de regionale radiozenders als meerwaarde bij de inzet in crisissituaties. De mate waarin de regionale calamiteitenzender voor gemeenten en/of veiligheidsregio's van toegevoegde waarde is, hangt af van de kwaliteit, dekkingsgraad en de bekendheid van de zender. Op deze punten blijken van regio tot regio verschillen te bestaan. Ook zijn niet overal even goede afspraken gemaakt tussen de autoriteiten en de regionale zenders, over de situaties waarin inzet gewenst is en de te volgen werkwijze.

Informatiezoekgedrag

- De meerderheid van de inwoners van Nederland schat de kans niet al te groot in om persoonlijk te maken te krijgen met een noodsituatie. Ondanks deze lage risicoperceptie kent men wel een hoge relevantie toe aan crisisinformatie: een ruime meerderheid vindt het belangrijk om op de hoogte te zijn van mogelijke dreigingen en risico's. Verder schatten de meeste Nederlanders hun eigen vermogen om op adequate wijze op crisissituaties te kunnen reageren hoog in.
- Eén op de vijf burgers is wel eens gericht op zoek gegaan naar informatie over hoe men zichzelf kan voorbereiden op een eventuele calamiteit of crisis, zonder dat er op dat moment sprake was van een directe dreigende situatie. Burgers met een hoge risicoperceptie zijn meer geneigd om op zoek te gaan naar informatie over crisisvoorbereiding (26%) dan personen met een lage risicoperceptie (17%). Er zijn geen aantoonbare verbanden te constateren tussen het informatiezoekgedrag en de mate van zelfeffectiviteit en de relevantie die men verbindt aan crisisinformatie.



3. Aanbevelingen

Crisis.nl

- Onder burgemeesters en communicatieprofessionals bestaat een breed gedeelde opvatting dat er veel eisen en voorwaarden zijn verbonden aan de inzet van crisis.nl. Ook bestaat er enige reserve bij de inzet van crisis.nl vanwege het idee daarmee de 'regie uit handen te geven'. Dit komt niet overeen met de werkelijkheid en staat benutting van het communicatiemiddel in de weg. Het NCC zou kunnen werken aan het wegnemen van deze onjuiste beeldvorming en daarmee de drempel om 'aan te kloppen bij het NCC' verlagen.
- Er is enige ontevredenheid over de gebruiksvriendelijkheid van het CMS van crisis.nl. Communicatieprofessionals die moeten werken met crisis.nl ervaren dit als een mogelijke belemmering om crisis.nl in te zetten. Hoewel het CMS van crisis.nl altijd zal verschillen van het eigen systeem van de gemeente, zien webredacteuren aanvullende training en uitbreiding van de oefenmogelijkheden als manieren om de knelpunten in het gebruik op te lossen.
- Een belangrijke meerwaarde van crisis.nl is de grote capaciteit van de website. Crisis.nl wordt in de praktijk dan ook ingezet wanneer de eigen website overbelast raakt. Opvallend en zorgwekkend is dat de communicatieprofessionals die over de inzet van crisis.nl moeten adviseren, slecht op de hoogte zijn van het maximale aantal hits per minuut dat de eigen gemeentelijke website aankan. Een grotere mate van bewustwording hierover bij gemeenten verkleint de risico's van vastlopen van de website in crisissituaties en kan het eerder inzetten van crisis.nl bevorderen.

Calamiteitenzender

- Ondanks de relatief hoge luisterdichtheid van de regionale radio¹, is de bekendheid van de regionale zenders als calamiteitenzender onder burgers vrij laag. Daarbij vraagt ook de mogelijk conflicterende rol van de regionale calamiteitenzender als journalistiek medium en als doorgeefluik van de overheid om aandacht. Het zou goed zijn wanneer gemeenten en regionale omroepen (nog meer) investeren in kennismaking en onderling vertrouwen, het maken van heldere werkafspraken en ook samen oefenen.

Inzicht in informatiezoekgedrag en mediagebruik

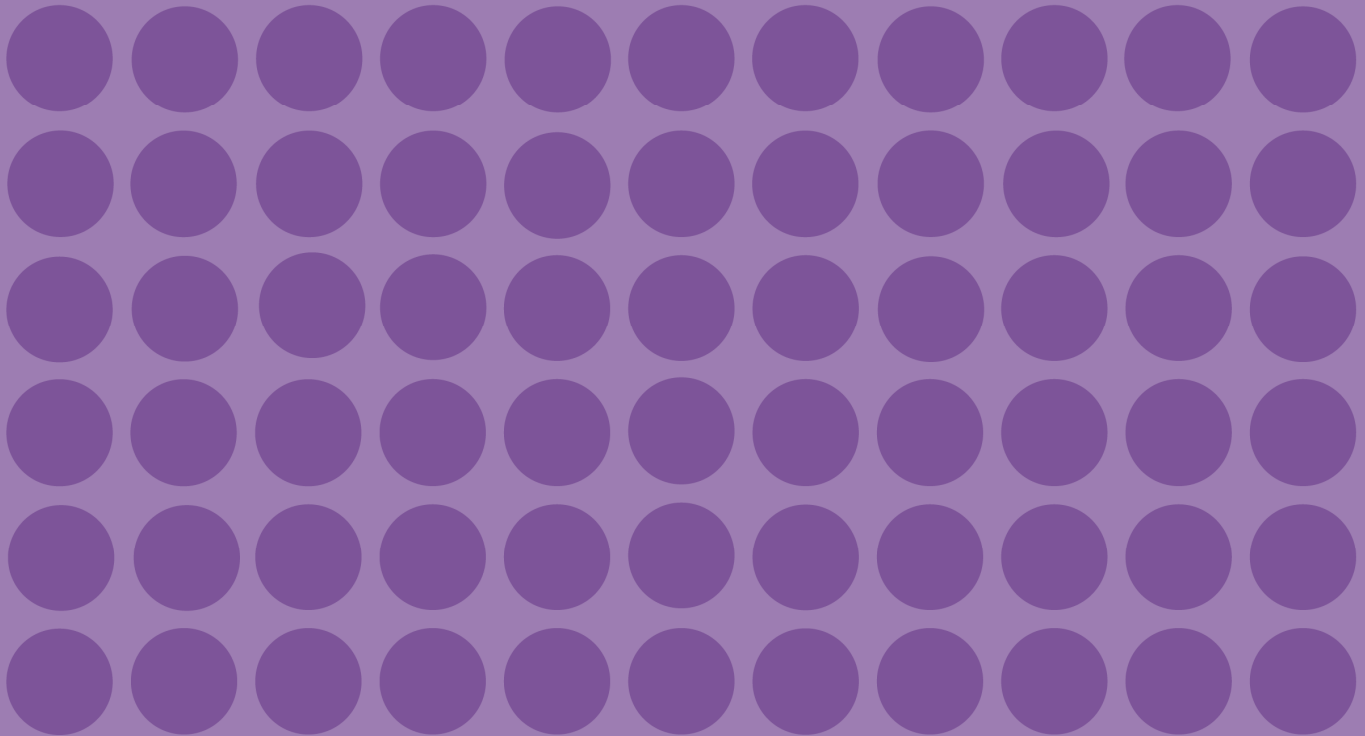
- Er is bij lokale overheden relatief weinig inzicht in het informatiezoekgedrag van burgers in crisissituaties. Het is voor een effectieve crisiscommunicatie van belang hier op lokaal niveau meer inzicht in te krijgen.

¹ Bron: <http://www.roosrtv.nl/?show=75486&type=actueel>

1

Hoofdstuk

Inleiding





1. Inleiding

1.1 Achtergrond en aanleiding van het onderzoek

Decentrale overheden kunnen tijdens crisissituaties verschillende communicatiemiddelen inzetten om burgers te informeren over de aard van de crisis en ook hoe men met deze situatie kan of dient om te gaan. Effectieve crisiscommunicatie kan de crisisbestrijding ondersteunen en de schade beperken. Crisiscommunicatie valt onder de verantwoordelijkheid van de burgemeesters van de getroffen gemeenten. Het Nationaal Crisiscentrum (NCC) faciliteert overheden bij het inzetten van crisiscommunicatiemiddelen. Een belangrijk deel daarvan verloopt via de media en het internet.

Om de verspreiding van informatie op de websites van overheden ook te garanderen bij extreem hoge bezoekersaantallen, is de website www.crisis.nl ontwikkeld. Deze website staat overheden ter beschikking om in te zetten in het kader van de crisiscommunicatie. Op momenten dat [crisis.nl](http://www.crisis.nl) niet gebruikt wordt voor actuele noodsituaties is deze doorgelinkt naar de website www.nederlandveilig.nl. Een tweede communicatiemiddel dat speciaal ontwikkeld is voor crisissituaties is de calamiteitenzender.

www.crisis.nl

Om ervoor te zorgen dat alle Nederlandse overheden in crisistijd zelfstandig en onder eigen verantwoordelijkheid gebruik kunnen maken van een betrouwbaar communicatiemiddel, heeft het toenmalige Expertisecentrum voor Risico- en Crisiscommunicatie (ERC) van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) de website [crisis.nl](http://www.crisis.nl) ontwikkeld. Deze is in 2005 in gebruik genomen. De site kan tijdens calamiteiten of noodsituaties door de rijksoverheid, waterschappen, gemeenten, veiligheidsregio's en provincies snel en kosteloos worden ingezet om te communiceren met een groot publiek. Deze website kan tien miljoen hits per 5 minuten aan. Indien de site niet wordt ingezet tijdens een crisissituatie, is er actuele informatie te lezen over (het voorbereiden op) mogelijke risico's en crisissituaties op www.nederlandveilig.nl.

De calamiteitenzender

Tijdens incidenten, rampen of crises kunnen decentrale overheden de regionale omroep inzetten als calamiteitenzender. Landelijk zijn dit Radio 1 en de tv-zender Nederland 1. Op regionaal niveau wordt een regionale omroep ingezet als calamiteitenzender. De reguliere programmering wordt onderbroken voor extra nieuws en informatie. Het ministerie van BZK heeft een modelconvenant ontwikkeld, dat kan dienen als uitgangspunt voor het maken van afspraken tussen veiligheidsregio's, provincies en regionale omroepen.

Het NCC heeft geconstateerd dat de mate waarin de crisiscommunicatiemiddelen 'crisis.nl' en de 'calamiteitenzender' worden ingezet bij incidenten in gemeenten, achterblijft bij de verwachtingen. Het NCC wil meer zicht op de redenen voor de beperkte inzet van deze middelen en of en zo ja hoe deze kan worden verbeterd. Er zijn signalen dat de naam [crisis.nl](http://www.crisis.nl) negatieve associaties met zich meebrengt en dat lokale bestuurders om die reden huiverig zijn om gebruik te maken van dit communicatiemiddel.



Maar wellicht zijn er andere factoren aan te wijzen die decentrale overheden ervan weerhouden om de site als communicatiemiddel in te zetten. Om hierin meer inzicht te krijgen hebben het NCC en de directie Kennisontwikkeling voor Openbaar Bestuur en Veiligheid (KOV) van het ministerie van BZK een onderzoek laten uitvoeren naar het gebruik van en de beeldvorming over crisis.nl en de calamiteitenzenders.

1.2 Doel en vraagstelling

Het doel van dit onderzoek is tweeledig, namelijk inzicht krijgen in:

1. de beeldvorming bij burgers over crisis.nl en de calamiteitenzender;
2. de beweegredenen bij decentrale overheden (bestuurlijk en ambtelijk) om deze crisiscommunicatiemiddelen al dan niet te gebruiken.

Onderzoeksvragen:

Gebruik en beeldvorming onder burgers

1. Welke motieven hebben burgers om crisiscommunicatie(middelen) te raadplegen?
2. Hoe bekend zijn crisis.nl en de calamiteitenzender bij burgers?
3. Wat is de beeldvorming bij burgers van crisis.nl en de calamiteitenzender?
4. Is er een samenhang tussen enerzijds de naamgeving van crisis.nl en de calamiteitenzender en anderzijds de beeldvorming bij en informatiezoekmotieven van burgers?
5. Welke aanbevelingen kunnen op basis van het publieksonderzoek worden gedaan om de beeldvorming bij burgers over crisis.nl en de calamiteitenzender te verbeteren, en om deze beter te laten aansluiten bij hun informatiezoekmotieven?

Gebruik en beeldvorming bij decentrale overheden

1. Welke eisen stellen gemeenten en veiligheidsregio's aan crisiscommunicatie(middelen)?
2. Hoe bekend zijn crisis.nl en de calamiteitenzender bij gemeenten en veiligheidsregio's?
3. Wat is de beeldvorming bij gemeenten en veiligheidsregio's over crisis.nl en de calamiteitenzender?
4. Wat is er bekend bij gemeenten en veiligheidsregio's over informatiezoekmotieven van burgers?
5. Wat zijn de beweegredenen bij gemeenten en veiligheidsregio's om crisis.nl en de calamiteitenzender al dan niet te gebruiken?
6. Welke aanbevelingen kunnen op basis van het onderzoek bij gemeenten en veiligheidsregio's worden gedaan om het gebruik van crisis.nl en de calamiteitenzender te bevorderen?



1.3 Uitvoering van het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd in de periode augustus tot en met oktober 2010. Er is gebruikgemaakt van de volgende onderzoeksmethoden:

- telefonische enquête onder burgers en een groepsgesprek;
- online enquête onder gemeentelijke communicatieadviseurs en webredacteurs;
- interviews met burgemeesters.

Telefonische enquête onder burgers

Om inzicht te krijgen in de beeldvorming onder de burgers, is een telefonische enquête onder 600 Nederlanders uitgevoerd. 1.700 geselecteerde personen hebben voorafgaand aan het telefonische onderzoek een aankondigingsbrief ontvangen met daarin het verzoek medewerking aan het onderzoek te verlenen. De deelnemers zijn 18 jaar of ouder en wonen verspreid over alle provincies. De vragenlijst is in overleg met het ministerie van BZK opgesteld. Vervolgens is deze in enkele oefengesprekken getest.

Om de representativiteit van de resultaten te controleren, is gekeken naar de werkelijke verdeling van de Nederlandse bevolking. De groep jongeren in de respons is ondervertegenwoordigd, terwijl de groep senioren is oververtegenwoordigd. Om dit te corrigeren is een weging toegepast naar geslacht en leeftijdsgroep, waarmee de resultaten representatief zijn voor de Nederlandse bevolking.

Tabel 1.1

Respons

	% op totaal		
	mannen	vrouwen	totaal
18-29 jaar	2%	1%	3%
30-49 jaar	15%	15%	30%
50-69 jaar	19%	22%	41%
70 jaar en ouder	13%	13%	26%
totaal	49%	51%	100%

Tabel 1.2

Populatie

	% op totaal		
	mannen	vrouwen	totaal
18-29 jaar	9%	9%	18%
30-49 jaar	18%	18%	36%
50-69 jaar	16%	16%	32%
70 jaar en ouder	6%	8%	14%
totaal	49%	51%	100%

Na het afronden van de telefonische enquête is met acht burgers in een groepsgesprek dieper ingegaan op de resultaten.



Online enquête onder communicatieadviseurs en webredacteuren

Er is een webenquête uitgezet onder communicatieadviseurs, webredacteuren en overige communicatiedeskundigen die zich bezighouden met crisiscommunicatie op gemeentelijk, regionaal of provinciaal niveau. In totaal hebben 172 webredacteuren en 194 communicatieadviseurs de vragenlijst volledig ingevuld². De vragenlijst is ontwikkeld in overleg met het ministerie van BZK en door het ministerie getest onder enkele communicatieadviseurs.

Interviews met burgemeesters

In totaal zijn er 10 interviews gehouden met burgemeesters van gemeenten verspreid over het gehele land en van verschillende omvang. Onder de geïnterviewden zaten zowel gemeenten waar zich recent een crisis of noodsituatie heeft voorgedaan, als gemeenten waar dit niet het geval was. De resultaten van deze interviews zijn kwalitatief van aard.

De burgemeesters van de volgende gemeenten zijn in het kader van het onderzoek geïnterviewd:

- Bergen (NH);
- Capelle aan den IJssel;
- Haarlemmermeer;
- Hattem;
- Helmond;
- Lopik;
- Schouwen-Duiveland;
- Tynaarlo;
- Venlo;
- Zaltbommel.

Analyse

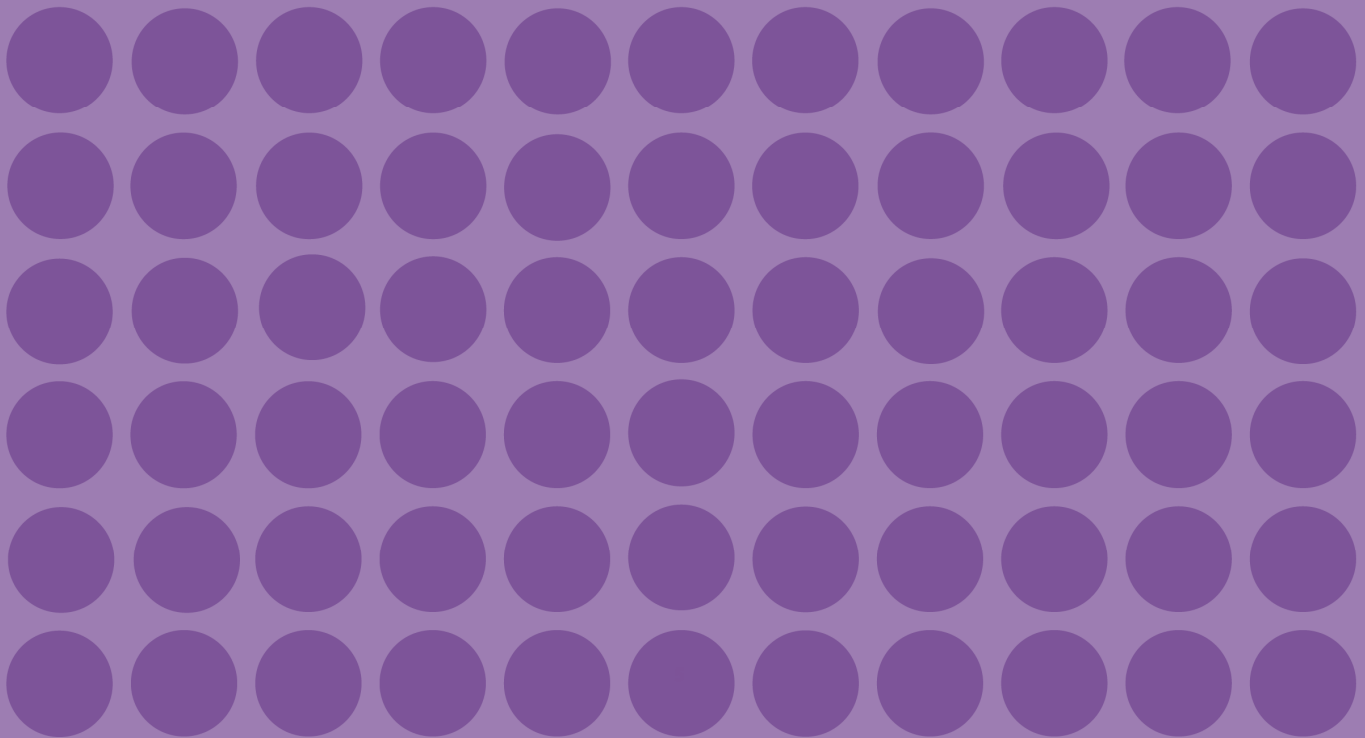
De antwoordcategorieën 'weet niet/geen antwoord' zijn (mits aangegeven) buiten de analyse gehouden. Indien de percentages niet optellen tot 100%, is dit (tenzij anders aangegeven) het gevolg van afrondingsverschillen.

² De webredacteuren hebben allemaal een cursus gevolgd over crisis.nl. De communicatieadviseurs zijn afkomstig uit het nieuwsbriefbestand van het NCC.

2

Hoofdstuk

Informatiezoekgedrag van burgers





2. Informatiezoekgedrag van burgers

Het informatiezoekgedrag van burgers in crisissituaties wordt bepaald door een aantal factoren. Aangenomen wordt dat de geneigdheid op zoek te gaan naar informatie samenhangt met³:

1. een hoge risicoperceptie;
2. een hoge persoonlijke relevantie van de situatie;
3. een laag vertrouwen in de mate waarin men zelf adequaat met de situatie om kan gaan (zelfeffectiviteit).

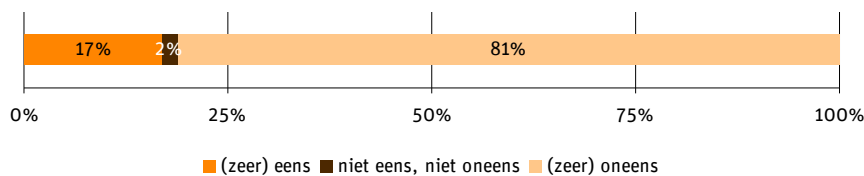
Deze mogelijk verklarende factoren voor het informatiezoekgedrag zullen we daarom eerst behandelen (paragraaf 1 t/m 3) voordat we ingaan op het feitelijke zoekgedrag (paragraaf 4).

2.1 Meerderheid Nederlandse bevolking heeft lage risicoperceptie

Circa twee op de tien inwoners van ons land maken zich zorgen over een noodsituatie in de eigen omgeving.

Figuur 2.1

Stelling: Ik maak me zorgen over een mogelijke calamiteit of crisis in mijn leefomgeving

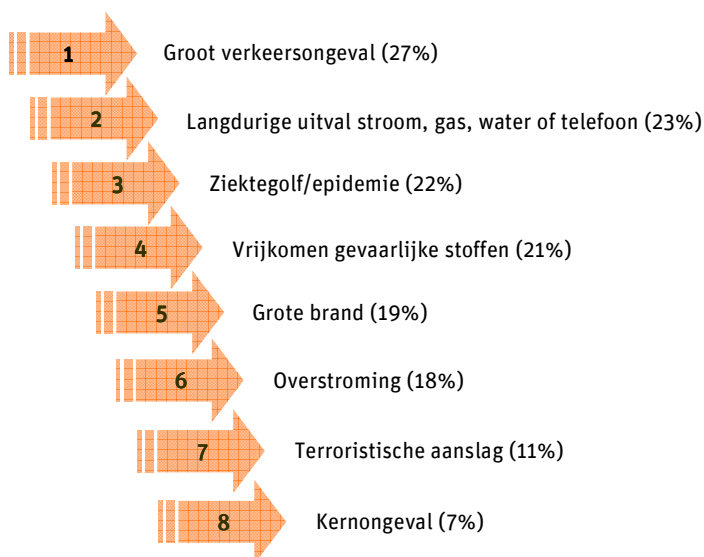


Om een beeld te krijgen van deze risicoperceptie zijn enkele mogelijke gebeurtenissen die ernstige schade kunnen veroorzaken aan burgers voorgelegd, met de vraag hoe groot men de kans acht daarmee persoonlijk te maken te krijgen. Een groot verkeersongeval blijkt het meest reëel geachte risico te zijn, gevolgd door een langdurige uitval van energie en water en een ziektegolf/epidemie.

³ Bron: Huurne, E.F.J. ter (2008). Information Seeking in a Risky World. The Theoretical and Empirical Development of FRIS: A Framework of Risk Information Seeking. Enschede: Gildeprint.



Figuur 2.2
Risico-inschatting als (zeer) groot



2.2 Persoonlijke relevantie scoort hoog

Wanneer iemand inschat dat hij of zij een (grote) kans loopt met een calamiteit of crisis in aanraking te komen, hoeft dit nog geen aanleiding te zijn op zoek te gaan naar informatie. Hiervoor is minimaal een gevoel van urgentie of persoonlijke relevantie noodzakelijk. De ruime meerderheid vindt het belangrijk om op de hoogte te zijn van mogelijke calamiteiten in de eigen omgeving. Bijna een kwart heeft hieraan minder behoefte en scoort daarmee laag op de ‘persoonlijke relevantie’.

Tabel 2.1

Stelling

	(zeer) eens	niet eens/ niet oneens	(zeer) oneens
Ik vind het belangrijk om te weten welke calamiteiten in mijn leefomgeving kunnen voorkomen	76%	2%	22%

2.3 Burgers verwachten zichzelf goed te kunnen redden

De zelfeffectiviteit van burgers is onderzocht aan de hand van een viertal stellingen. De overgrote meerderheid verwacht bij een calamiteit of crisis goed in staat te zijn om hierop in te spelen door snel informatie te verzamelen, op de juiste manier te reageren en anderen te helpen. De meeste twijfels bestaan over de mate waarin men in staat is zichzelf te kunnen beschermen tegen de gevolgen van een crisis.



Er zijn geen noemenswaardige verschillen tussen mensen die wel en die geen ervaring hebben gehad met een crisis. Op basis van de beantwoording van de stellingen heeft 10% van de bevolking een lage zelfeffectiviteit.

Tabel 2.2
Stellingen 'zelfeffectiviteit'

ik vertrouw erop dat ik:	(zeer) eens	niet eens/ niet oneens	(zeer) oneens
snel belangrijke informatie kan vinden over wat ik moet doen	88%	2%	10%
anderen kan helpen als dat nodig is	88%	4%	8%
op de juiste manier kan reageren	86%	5%	9%
mezelf kan beschermen tegen de mogelijke gevolgen	72%	9%	19%

Twee procent van de bevolking heeft een combinatie van een hoge risicoperceptie, een hoge persoonlijke relevantie en een lage zelfeffectiviteit. Dit betekent dat twee procent van de burgers het risico op een mogelijke calamiteit of crisis hoog inschat, het bovendien belangrijk vindt om op de hoogte te zijn van eventuele risico's in de leefomgeving en zich daarnaast niet goed in staat acht om adequaat met een crisissituatie om te kunnen gaan.

Er is gekeken in hoeverre een hoge risicoperceptie, een hoge persoonlijke relevantie en een lage zelfeffectiviteit samenhangen met informatiezoekgedrag. De samenhang blijkt gering te zijn. Personen met een hoge risicoperceptie zijn meer geneigd om op zoek te gaan naar informatie (26%) dan personen met een lage risicoperceptie (17%). De mate van zelfeffectiviteit en persoonlijke relevantie blijken geen rol te spelen in het informatiezoekgedrag.

2.4 Motieven voor informatiezoekgedrag

Eén op de vijf burgers is wel eens gericht op zoek gegaan naar informatie over hoe men zichzelf kan voorbereiden op een eventuele calamiteit of crisis, zonder dat er op dat moment sprake was van een directe dreigende situatie.

De meest genoemde aanleiding of reden om op zoek te gaan naar deze informatie is een dreigende situatie of noodsituatie die men zelf heeft meegemaakt. Verder komt het ook voor dat men gaat zoeken naar aanleiding van berichten in de media of na het lezen van voorlichtingsmateriaal. Eén op de vijf informatiezoekers heeft geen specifieke reden of aanleiding.

Tabel 2.3
Frequentie informatie opzoeken crisisvoorbereiding

meerdere keren	11%
één keer	8%
nooit	81%



Redenen om informatie te zoeken, naar aanleiding van:

- een specifieke situatie (29%);
- artikel in de krant of tijdschrift (10%);
- van spotje/programma/film op tv (10%);
- folder/brochure/ander voorlichtingsmateriaal (8%);
- bericht/boodschap op de radio (7%);
- gesprek met anderen (familie, bekenden, collega's etc) (1%);
- andere reden (19%)⁴;
- geen specifieke aanleiding (21%).

2.5 Samenvatting

De ruime meerderheid van de Nederlanders maakt zich zelden of nooit zorgen over een mogelijke calamiteit of crisis in de eigen leefomgeving. Verder bestaat er een grote mate van zelfvertrouwen om in een eventuele noodsituatie op de juiste manier te kunnen handelen. Drie op de vier burgers vindt het belangrijk om te weten welke calamiteiten zich in de leefomgeving kunnen voordoen. Eveneens een meerderheid van drie vierde heeft vertrouwen in de informatie van de overheid.

Eén op de vijf inwoners van ons land is wel eens gericht op zoek gegaan naar informatie over hoe men zichzelf kan voorbereiden op een eventuele calamiteit of crisis, zonder dat er op dat moment van een dreigende situatie sprake was. Personen met een hogere risicoperceptie blijken meer geneigd te zijn om op zoek te gaan naar informatie dan degenen die de kans op een noodsituatie lager inschatten. Concrete aanleidingen om informatie te gaan zoeken zijn; een specifieke situatie die men zelf heeft meegemaakt, berichten in de media of het lezen van voorlichtingsmateriaal. Een deel van de 'informatiezoekers' doet dat zonder specifieke reden of aanleiding.

Bijna één op de vijf inwoners van ons land heeft naar eigen zeggen ooit een crisis of noodsituatie meegemaakt. In de meeste gevallen doelt men hiermee op een grote brand, een overstroming, een groot verkeersongeval of het vrijkomen van gevaarlijke stoffen in de directe omgeving. In driekwart van de gevallen heeft men daadwerkelijk actie moeten ondernemen, zoals evacueren of ramen en deuren sluiten. In deze noodsituaties blijken radio en televisie en de hulpdiensten de drie belangrijkste informatiebronnen te zijn geweest.

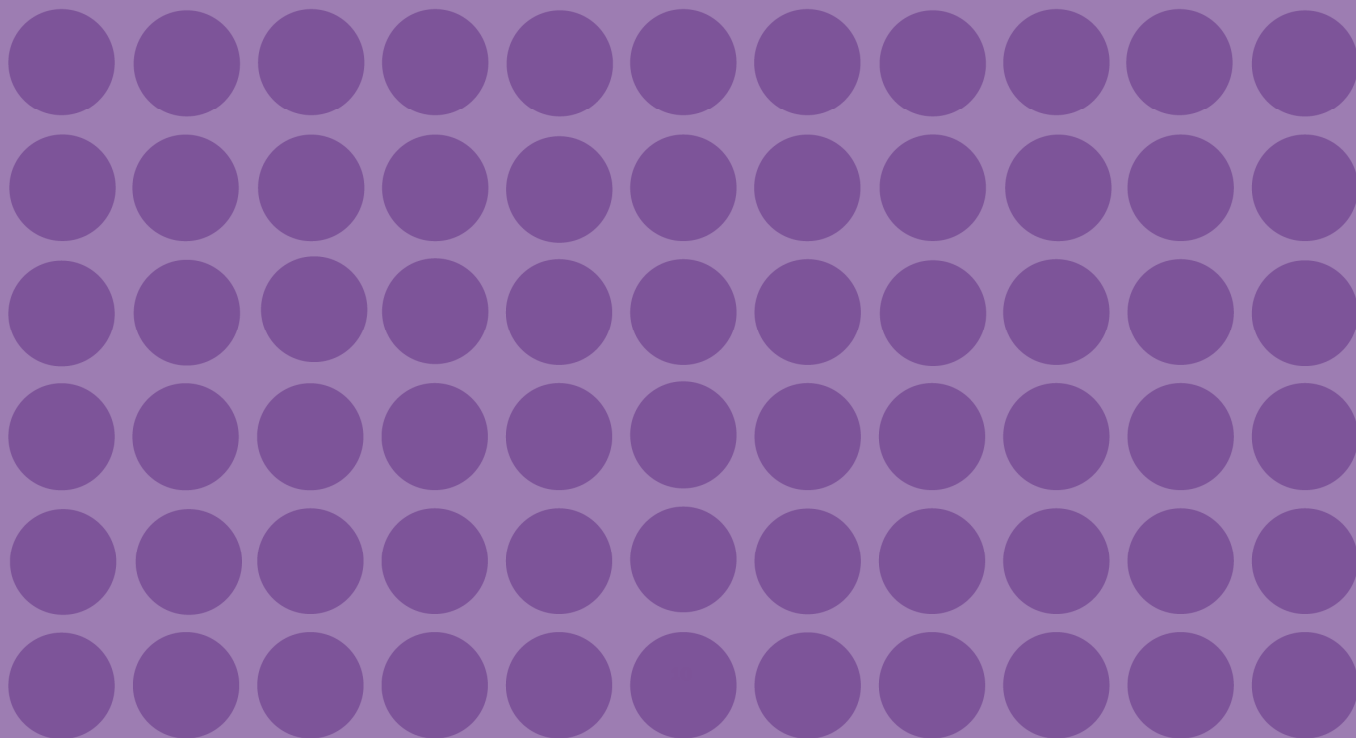
Gemeenten hebben in beperkte mate zicht op het informatiezoekgedrag en -motieven van burgers. In enkele grotere gemeenten is daar gericht onderzoek naar gedaan. Gemeenten zeggen daarnaast kennis op te doen vanuit landelijk onderzoek naar het gedrag van burgers in noodsituaties en door analyses van het algemene mediagebruik.

⁴ O.a. via opleiding, verhuizing, militaire dienst, inburgeringscursus en n.a.v. sirene.

3

Hoofdstuk

Bekendheid en beeldvorming bij burgers





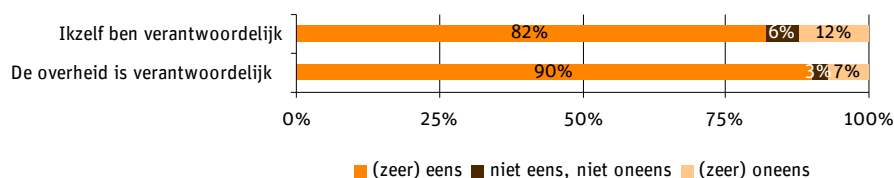
3. Bekendheid en beeldvorming bij burgers

In het vorige hoofdstuk is beschreven in hoeverre burgers geïnteresseerd zijn in informatie over crisissituaties en welke factoren er toe bijdragen dat zij daadwerkelijk op zoek gaan naar informatie. In dit hoofdstuk gaan we in op de gebruikte informatiekkanalen en -bronnen.

3.1 Zowel overheid als de burger zelf zijn verantwoordelijk voor voorbereiding op crisis

Volgens een overgrote meerderheid van de inwoners van ons land is de overheid verantwoordelijk voor het voorbereiden van burgers op een mogelijke crisis of calamiteit. Zij voelen zich daarnaast ook zelf in bijna even sterke mate verantwoordelijk.

Figuur 3.1



3.2 Vertrouwen in de crisiscommunicatie van de overheid is hoog

Volgens de burgers doet de overheid over het algemeen voldoende om burgers voor te bereiden op een eventuele crisis. Ook heeft driekwart van de burgers vertrouwen in de informatie van de overheid. Op een kwart van de burgers heeft de crisiscommunicatie een ongewenst effect; zij voelen zich onnodig bang gemaakt. Dit zijn met name personen met een lage persoonlijke relevantie; zij vinden het niet belangrijk om op de hoogte te zijn van mogelijke noodsituaties in de eigen omgeving. Verder wordt duidelijk dat leeftijd, zelfredzaamheid en crisiservaring niet samenhangen met het gevoel dat overheidsinformatie onnodig bang maakt.

Tabel 3.1

Waardering informatie overheid

	(zeer) eens	niet eens / niet oneens	(zeer) oneens
Informatie van de overheid tijdens een calamiteit of crisis is betrouwbaar	76%	11%	13%
De overheid doet voldoende om burgers voor te bereiden op een mogelijke calamiteit of crisis	72%	9%	19%
Informatie van de overheid om burgers voor te bereiden op een mogelijke calamiteit of crisis maakt onnodig bang	25%	5%	70%



3.3 Burgers denken bij calamiteit en crisis vooral aan directe fysieke bedreigingen

Eén van de veronderstelde verklaringen voor het lage gebruik van crisis.nl heeft te maken met het woord 'crisis'. Dit woord zou een te zware lading hebben waardoor burgers 'onnodig bang gemaakt worden' en - zo wordt gezegd - bestuurders huiverig worden om het communicatiemiddel in te zetten.

Om meer zicht te krijgen op de mogelijke negatieve bijklank van de woorden crisis en calamiteit is aan burgers gevraagd waaraan zij als eerste denken bij deze termen. Het blijkt dat de woorden crisis en calamiteit vooral geassocieerd worden met een aantal directe, fysieke dreigingen. De meest voorkomende associaties zijn brand (143 keer genoemd) en overstroming (121 keer genoemd). In de onderstaande figuur zijn de meest genoemde associaties weergegeven, waarbij de grootte van het woord overeenkomt met het aantal malen dat het is genoemd.

Figuur 3.2

Waarom denken burgers bij de woorden calamiteit en crisis?

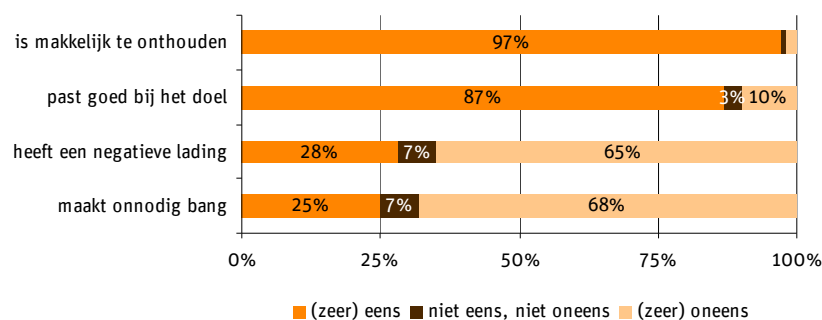


3.4 De naam 'crisis.nl' is passend en heeft voor de meerderheid van de bevolking geen negatieve lading

Ruim een kwart (28%) van de burgers zegt bekend te zijn met de website crisis.nl. Van hen weet echter maar een klein deel (6%) wat de website precies inhoudt. Na een uitleg over crisis.nl is wederom een aantal stellingen voorgelegd. Driekwart van de Nederlanders vindt de naam goed gekozen. Bovendien is de naam makkelijk te onthouden en het dekt de lading. Voor ongeveer een kwart maakt de naam 'crisis.nl' onnodig bang. Dit zijn grotendeels dezelfde burgers die vinden dat informatie van de overheid onnodig bang maakt.



Figuur 3.3
Stelling: "De naam crisis.nl:"



Burgers:

- "Als er iets ernstigs gebeurt, is het crisis. Dus het woord zegt het al."
- "Als er iets is, is het een crisis, en je onthoudt de naam crisis.nl makkelijk."
- "Bij crisis weet je dat er iets niet goed is, dus dan is de naam goed gekozen."
- "Crisis dekt meteen de lading. Doeltreffend. Het drukt uit wat het bedoelt in een kort woord."
- "De naam crisis.nl kan ook aan de economische crisis worden gelinkt."
- "Het gaat over calamiteiten en bij crisis denkt men nu aan de economische crisis en niet aan gevaren van buitenaf."

3.5 Ruim de helft is bekend met de calamiteitzenders

Radio 1 en de regionale radiozenders worden door de overheid gebruikt als calamiteitzenders. Het bereik van deze zenders is vrij hoog. Meer dan de helft van de bevolking kan Radio 1 en de regionale zender direct vinden op de radio of de computer. De radio is voor de helft van de Nederlanders een geschikt informatiekanal wanneer de stroom uitvalt: 51% beschikt over een radio met batterijen of een opwindbare radio.

Tabel 3.2
Snelheid van vinden calamiteitzenders en regionale TV

	vrijwel direct	na enig zoeken	helemaal niet
Radio 1	56%	36%	8%
Regionale zender (radio)	54%	33%	13%
Regionale zender (tv)	86%	9%	5%



In totaal zegt meer dan de helft van de inwoners van ons land te weten via welke radiozender de overheid informatie verstrekt in noodsituaties. Iets minder dan de helft geeft daarbij ook het 'goede antwoord', namelijk Radio 1 of de regionale radiozender. Radio 1 wordt verreweg het meest genoemd als zender die daarvoor gebruikt wordt. Op grote afstand volgt de regionale radiozender. Een kleine groep van zeven procent zegt het te weten, maar noemt een zender die niet door de overheid als calamiteitenzender wordt gebruikt, zoals Radio 2 of een commerciële zender.

Ongeveer de helft (51%) weet dus niet via welke zender men officiële informatie kan verkrijgen (44% kan geen zender noemen en 7% noemt een andere zender). In de praktijk hoeft dit overigens niet te betekenen dat deze mensen niet geïnformeerd kunnen worden. In de eerste plaats omdat er ook informatie via andere media verspreid wordt en omdat men in een crisissituatie zonder te weten dat het de calamiteitenzender is, wellicht toch op Radio 1 of de regionale zender afstemt. Wanneer gekeken wordt naar de landelijke bereik- en luistercijfers wordt duidelijk dat de regionale omroepen marktleider zijn⁵.

Tabel 3.3

Weet u via welke radiozender de overheid informatie geeft bij een calamiteit of crisis?

Zender	
ja, Radio 1	43%
ja, de regionale zender	6%
ja, een andere zender	7%
nee, dat weet ik niet	44%

De regionale televisiezender wordt door 8% van de Nederlanders gezien als zender waar informatie te vinden is bij een calamiteit of crisis. Nederland 1 wordt meer als zender gezien waarop de overheid mensen informeert bij calamiteiten of crises; 48% noemt Nederland 1. Van alle inwoners van ons land zegt 86% de regionale televisiezender vrijwel direct te kunnen vinden.

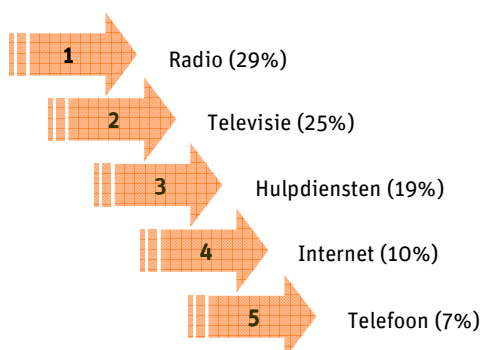
3.6 Massamedia spelen belangrijke rol bij informatie zoeken tijdens crisis

Bijna één op de vijf (18%) inwoners van ons land heeft ooit te maken gehad met een noodsituatie, zoals een grote brand (4%), een overstroming (4%), een groot verkeersongeval (2%) of het vrijkomen van gevaarlijke stoffen (2%). De meerderheid van hen (76%) moest daadwerkelijk actie ondernemen, zoals evacueren of ramen en deuren sluiten. Radio en televisie en de hulpdiensten zijn daarbij de drie belangrijkste informatiebronnen geweest.

⁵ Over de periode juni-juli 2010 hebben de gezamenlijke regionale publieke radiostations een marktaandeel behaald van 12,8%. Bron: <http://www.roosrtv.nl/?show=75486&type=actueel>

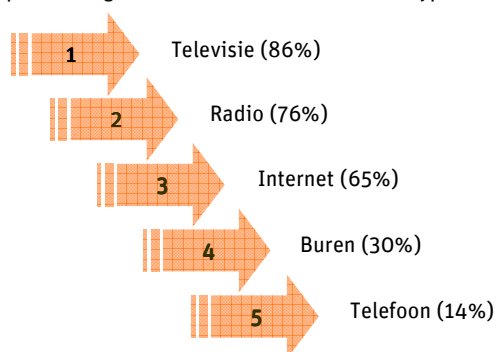


Figuur 3.4
Top 5 meest gebruikte informatiekanaal



Aan degenen die geen persoonlijke ervaring hebben gehad met een noodsituatie is gevraagd hoe zij zich zouden informeren in een noodsituatie. Aan de hand van een voorbeeld van een zware explosie in de directe omgeving die gevolgd wordt door een grote brand, is gevraagd hoe zij in die situatie aan informatie proberen te komen. Burgers denken zich tijdens de voorbeeldsituatie het meest via de televisie, radio en internet te informeren⁶. Internet wordt in deze situatie ook als een belangrijke informatiebron gezien. Inmiddels maakt een kwart van de bevolking gebruik van internet op de mobiele telefoon. Dit is wel afhankelijk van leeftijd; 46% van de 18-39 jarigen maakt er gebruik van tegenover 6% van de 60-plussers.

Figuur 3.5
Top 5 meest genoemde informatiekanaal in hypothetische noodsituatie



⁶ De voorgenomen informatiebronnen kunnen niet vergeleken worden met de feitelijke gebruikte informatiebronnen van mensen die zelf een noodsituatie hebben meegemaakt. Dit omdat de voorbeeldsituatie niet overeen komt met de verschillende crisissituaties die mensen hebben meegemaakt en het feit dat een middel als internet pas het afgelopen decennium een grote vlucht heeft genomen.



Verder zegt 10% van de burgers dat ze - als de situatie het toelaat - zelf poolshoogte zullen gaan nemen op de crisislocatie.

3.7 Samenvatting

Nederlandse burgers achten zowel zichzelf als de overheid verantwoordelijk voor het voorbereiden op een crisis. De burgers vinden over het algemeen dat de overheid voldoende doet om burgers voor te bereiden op een eventuele crisis. Daarentegen vindt een kwart van de burgers dat de informatie van de overheid onnodig bang maakt.

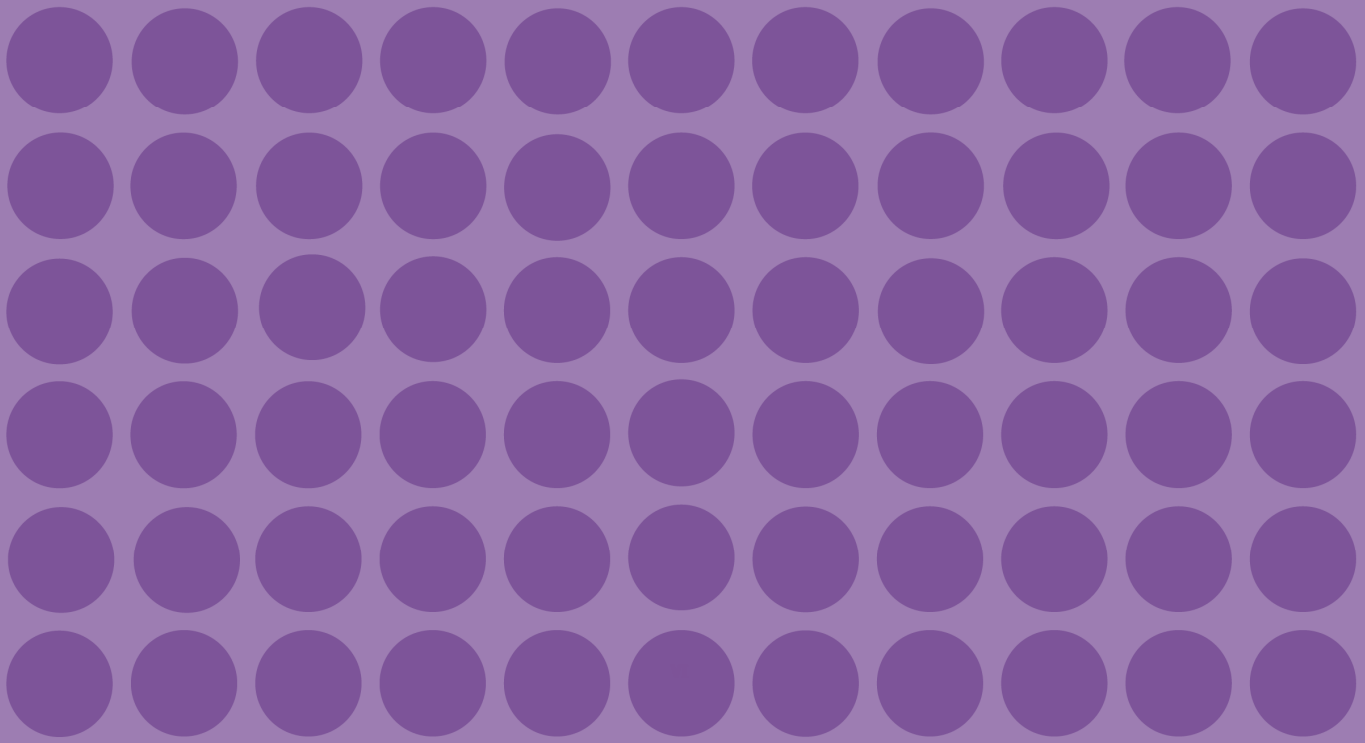
Eén op de twintig Nederlanders kent de website crisis.nl en weet ook waarvoor deze te gebruiken is. De geringe bekendheid is niet verrassend omdat de website alleen wordt ingezet tijdens noodsituaties. Het blijkt dat burgers het woord 'crisis' vooral associëren met een aantal directe, fysieke dreigingen. De meest voorkomende associaties zijn brand en overstromingen. De naamgeving van crisis.nl blijkt wat dat betreft goed aan te sluiten bij de verwachtingen van burgers over de informatie op de website. Driekwart van de burgers vindt de naam crisis.nl dan ook goed gekozen. Crisis.nl is makkelijk te onthouden en dekt de lading. Daar staat tegenover dat een kwart van de bevolking zegt dat de naam onnodig bang maakt.

Ongeveer de helft van de bevolking weet dat de overheid de radio gebruikt om informatie te geven bij een calamiteit of crisis. Op de vraag aan welke zender men dan in eerste instantie denkt, wordt Radio 1 veel vaker genoemd dan de regionale zender. Toch is de kans groot dat een aanzienlijk deel van de burgers in een crisissituatie zal afstemmen op de regionale calamiteitenzender, vanwege het relatief hoge bereik van deze zenders in de meeste regio's.

4

Hoofdstuk

Gebruik en beeldvorming bij overheden





4. Gebruik en beeldvorming bij overheden

In het vorige hoofdstuk is beschreven in hoeverre burgers gebruik maken van informatiekkanalen en - bronnen. In dit hoofdstuk staat het gedrag van de decentrale overheden centraal. Hierbij is gebruik gemaakt van de resultaten van interviews met burgemeesters en een enquête onder communicatieadviseurs en webredacteurs bij gemeenten en/of veiligheidsregio's.

4.1 Crisiscommunicatiemiddelen moeten vooral een massaal bereik hebben

De keuze voor het communicatiemiddel door gemeenten en/of veiligheidsregio's is afhankelijk van de situatie. In het algemeen stellen gemeenten en/of veiligheidsregio's de volgende eisen aan de communicatiemiddelen:

- ze moeten betrouwbaar zijn;
- een massaal bereik hebben;
- snel en makkelijk in gebruik te nemen zijn.

Eventuele kosten van de inzet van crisiscommunicatiemiddelen spelen vanwege de urgentie van de situatie een ondergeschikte rol. In de praktijk blijken gemeenten en/of veiligheidsregio's tijdens een crisis vaak alle beschikbare crisiscommunicatiemiddelen in te zetten, om zo snel mogelijk zoveel mogelijk burgers te bereiken. Naast de officiële informatie via de eigen website en de calamiteitenzender zijn ook commerciële televisiezenders en websites (zoals nu.nl en telegraaf.nl) van groot belang. Wanneer bijvoorbeeld een persconferentie of vraaggesprek met de autoriteiten live wordt uitgezonden via een commerciële zender, biedt dat de gelegenheid een eenduidige boodschap door te geven en wordt een breder publiek bereikt dan met de calamiteitenzender alleen. Informatie verspreiden via de onafhankelijke media en de pers is daarbij ook nog eens snel en heeft een groot bereik.

Burgemeester:

- "Inzet van televisie en radio is cruciaal want dat hebben heel veel mensen aan staan."

Er zit ook een keerzijde aan het gebruik van massamedia. De juistheid van de berichtgeving in de media is niet te garanderen en het nieuws kan gemakkelijk een eigen leven gaan leiden. Soms worden de ernst of de gevolgen van een noodsituatie onnodig versterkt of overdreven in de media. Dit kan leiden tot misverstanden en paniek. De opkomst van sociale media heeft dit risico nog eens versterkt. Via de mobiele telefoon en de sociale media komen de onofficiële informatievoorzieningen al snel op gang en hebben die het publiek al bereikt voordat de officiële instanties met een verklaring komen. Dit komt doordat de autoriteiten nauwkeurigheid laten prevaleren boven snelheid; eerst moet een bericht geverifieerd worden, pas daarna kan het naar buiten worden gebracht. Lokale bestuurders hebben het gevoel in de crisiscommunicatie steeds achter de feiten aan te lopen.



Burgemeesters:

- “Door sociale media, zoals Twitter en Hyves weet het publiek al snel dat er iets aan de hand is. Dan loopt het gemeentelijke systeem achter de feiten aan.”
- “De inwoners weten soms nog eerder dat er iets aan de hand is dan ik dat weet. Via de moderne media gaat dit razendsnel.”

Sommige gemeenten maken sinds kort gebruik van Twitter, Hyves of een Facebook-pagina voor reguliere doeleinden. Deze gemeenten zijn nog niet zo ver om ze daadwerkelijk in te zetten als crisiscommunicatiemiddel. Wel is er een groeiend besef van het belang van deze media, met name met het oog op het kunnen bereiken van jongeren. Belangrijk bij het gebruik van sociale media is de herkenbaarheid en betrouwbaarheid van de bron. Zodra het via het gemeenteaccount gaat, zal de afzender voldoende betrouwbaar zijn om de instructies op te volgen.

De gemeentelijke website vervult ook een belangrijke functie bij de crisiscommunicatie. Het is echter niet in elke noodsituatie een geschikt communicatiemiddel. Volgens burgemeesters zullen bij een grote dreiging en een hoge urgentie weinigen de gemeentelijke website raadplegen. Internet is wel geschikt voor degenen die niet rechtstreeks bij de noodsituatie betrokken zijn, maar zich wel willen informeren.

4.2 Lokale bestuurders vatten de term 'crisis' breder op dan burgers

Lokale bestuurders vatten de term 'crisis' breder op dan burgers. Zij spreken over uiteenlopende situaties waarbij sprake is van een grotere verstoring van de openbare orde. Hiertoe behoren niet alleen fysiek waarneembare verstoringen, maar ook zaken als sociale onrust. De onvoorspelbaarheid van het verloop is een belangrijk kenmerk van een crisis, net als een negatief effect op de samenleving. Voor lokale bestuurders is er ook een relevant onderscheid in crises die onverwachts plaatsvinden of die men van tevoren kan zien aankomen en crises waarop men zich kan voorbereiden. Verder zijn er voor de samenleving zichtbare en onzichtbare crises. Een neergestort vliegtuig is voor iedereen zichtbaar, maar besmetting van het drinkwater niet. Doordat er tal van soorten crises bestaan, is het handelen en de wijze van communicatie afhankelijk van de situatie.

Burgemeesters:

- “Een crisis is een grotere verstoring van de normale verhoudingen die zich onvoorspelbaar kan ontwikkelen.”
- “Wel zijn er twee soorten crises: een crisis die je aan ziet komen en een crisis die opeens kan ontstaan.”
- “Het is een crisis als blijkt dat de problemen direct of indirect een invloed hebben op de gemeenschap. Wanneer er sociale onrust ontstaat.”
- Burgemeester: “Een crisis is alles wat het functioneren van de samenleving belemmert.”



4.3 Bekendheid crisis.nl minimaal onder burgemeesters, maar groot onder adviseurs

De bekendheid van crisis.nl is onder burgemeesters minimaal. Ze zien dit niet als een probleem. Wanneer het gaat om het nemen van beslissingen over de inhoud van de crisiscommunicatie en de keuze van het communicatiekanaal, vertrouwen ze op de deskundigheid en adviezen van hun ambtelijke staf en adviseurs. De onbekendheid van crisis.nl is dus niet van invloed op de bereidheid het middel in te zetten.

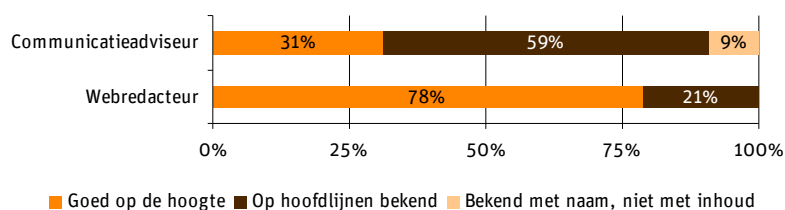
Burgemeester:

- “Ik ben natuurlijk eindverantwoordelijk, maar ik denk dat de beslissing genomen wordt in het beleidsteam. Als de communicatieadviseur crisis.nl adviseert, neem ik dit over. Als er een advies ligt, vind ik, dan moet je dat ook opvolgen.”

Communicatieadviseurs en webredacteuren hebben dus een belangrijke adviserende rol bij het nemen van de beslissing van de burgemeester om crisis.nl in te zetten. Het blijkt dat deze adviseurs de mogelijkheden van crisis.nl minimaal op hoofdlijnen en in veel gevallen ook meer in detail kennen. Dat geldt vanzelfsprekend vooral voor de ondervraagde webredacteuren, omdat zij allen een cursus hebben gevolgd over de inzet van crisis.nl.

Figuur 4.1

Bekendheid met mogelijkheden van de website crisis.nl



4.4 Volgens meerderheid van communicatieprofessionals biedt crisis.nl meerwaarde

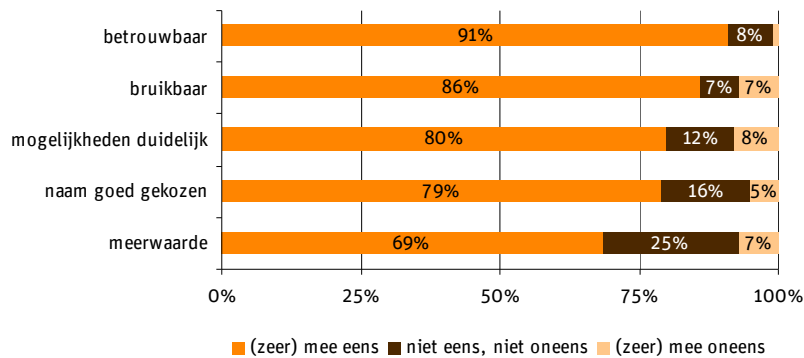
De communicatieprofessionals staan over het algemeen positief tegenover de website crisis.nl en de naamgeving. Bijna zeven op de tien communicatieprofessionals zien meerwaarde in crisis.nl. Een website als crisis.nl is snel bereikbaar, betrouwbaar en heeft een groot bereik. Verder is crisis.nl voor alle gemeenten op dezelfde wijze inzetbaar.

Burgemeester:

- “Burgers gaan dus zelf zoeken en dan heb ik liever dat ze de gecontroleerde websites benutten en daar de juiste informatie krijgen dan dat ze als een wilde het hele net afzoeken. Crisis.nl kan daarin aanvullend zijn.”



Figuur 4.2
Beeldvorming crisis.nl



4.5 Gebruikswaarde van crisis.nl is verder te verbeteren

Onder een aantal lokale bestuurders bestaat enige weerstand tegen het inzetten van crisis.nl. De vrees bestaat dat met de inzet van het middel de situatie 'groter' wordt gemaakt dan daadwerkelijk het geval is. Ook heeft men al dan niet ten onrechte het gevoel de regie over de communicatie 'uit handen te geven'. De webredacteurs plaatsen kanttekeningen bij de gebruiksvriendelijkheid. Er is een aantal punten waarop de gebruikswaarde is te verbeteren. In de eerste plaats wordt het werken met het CMS als ingewikkeld ervaren. Ook meer oefenen zou de bruikbaarheid en effectiviteit van crisis.nl kunnen vergroten. Verder wordt gedacht aan een koppeling van sociale media zoals Twitter.

Webredacteur:

- "Voor webredacteurs kan de gebruikswaarde aanzienlijk worden verbeterd. Ik heb nog nooit een CMS gezien wat zo onlogisch, inconsequent en ingewikkeld in elkaar zit als dat van crisis.nl. Dat is bijna vragen om problemen. Juist in crisissituaties waarin je hals over kop moet overstappen naar een CMS waar je normaal gesproken niet mee werkt, is het heel belangrijk dat een CMS makkelijk en intuïtief in elkaar zit. Dat juist het tegenovergestelde het geval is, vind ik onbegrijpelijk."



4.6 In de meeste gemeenten gelden afspraken over de inzet van crisis.nl

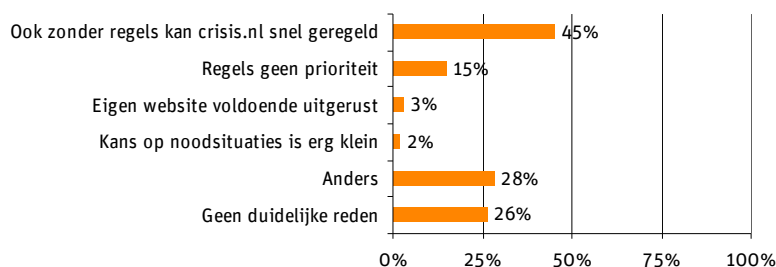
De helft van de communicatieprofessionals geeft aan dat er in hun gemeenten en/of veiligheidsregio's regels of afspraken gelden over het gebruik van crisis.nl in noodsituaties. Daarnaast is dit bij bijna één op de vijf in ontwikkeling.

Tabel 4.1
Regels inzetten crisis.nl

vaste afspraken	51%
nog geen vaste afspraken (in ontwikkeling)	19%
geen vaste afspraken	30%

De meest genoemde reden om geen afspraken vast te leggen of een protocol op te stellen voor de inzet van crisis.nl, is dat het 'ook zonder regels snel te regelen is'. Een kwart van de professionals zegt dat er geen duidelijke reden is waarom er in hun gemeente en/of veiligheidsregio geen regels of afspraken zijn over de inzet van crisis.nl. Het ontbreken van een protocol duidt in ieder geval niet op een onderschatting van de problematiek, want er zijn maar weinig communicatieprofessionals die de kans op een noodsituatie te klein achten of denken dat de eigen website alle situaties aankan.

Figuur 4.3
Redenen ontbreken vaste afspraken of protocol



Communicatieadviseur:
"Afhankelijk van het soort crisis of calamiteit bekijken we of crisis.nl ingezet wordt of niet. Naar onze mening kun je dat niet in een protocol wegzetten."



De regels voor het inzetten van crisis.nl verschillen per gemeenten. Vanaf Grip 2⁷ wordt vaak overwogen om de website in te zetten. Crisis.nl ziet men vooral als back-up mocht de eigen website overbelast raken. Ook gaan de regels in op wie verantwoordelijk is over de inzet van crisis.nl. Voornamelijk het hoofd actiecentrum (HAC) of de communicatieadviseur neemt het initiatief om crisis.nl in te zetten.

Aan de communicatieprofessionals zijn verschillende functies voorgelegd en is gevraagd welke rol deze functionarissen hebben in het beslissingsproces over de inzet van crisis.nl. Duidelijk wordt dat de veiligheidsadviseurs en communicatieadviseurs beslissen of adviseren over het proces. De eindverantwoording voor het inzetten van de website crisis.nl ligt bij de burgemeester.

Tabel 4.2

Rol bij inzet crisis.nl

	eindverantwoording	meebeslissen	adviseren	geen rol	totaal
burgemeester	92%	6%	0%	2%	100%
veiligheidsadviseur	2%	39%	44%	15%	100%
communicatieadviseur	4%	34%	60%	2%	100%
webredacteur	0%	7%	57%	36%	100%

4.7 Tekortschieten eigen website voornaamste reden om crisis.nl in te zetten

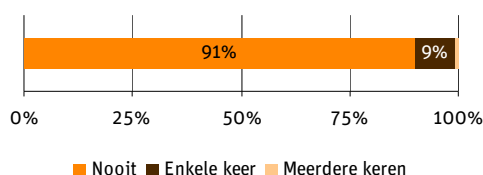
De meeste communicatieprofessionals hebben niet meegemaakt dat de gemeentelijke website overbelast raakte. Bij 10% is het één of meerdere keren gebeurd, niet alleen in een noodsituatie, maar ook bij andere gebeurtenissen. De duur van de overbelasting varieert van ongeveer een uur tot enkele dagen. Vaak loste het probleem zichzelf op door de afname van het aantal bezoekers. Overigens is het exacte aantal hits per minuut dat de gemeentelijke website maximaal aan kan slechts bij een beperkte groep professionals bekend.

⁷ GRIP staat voor Gecoördineerde Regionale Incidentbestrijdings Procedure. Dit is in Nederland een landelijke afspraak over de opschaling van incident- en rampenbestrijding voor professionele hulpverleners als de Brandweer, Politie en Geneeskundige Hulpverlening bij Ongevallen en Rampen (waaronder ambulancediensten). GRIP 2 is een incident met duidelijke uitstraling buiten het brongebied of een incident met een hogere complexiteit. Bron: <http://www.nifv.nl>



Figuur 4.4

Aantal keer dat de maximumcapaciteit van de gemeentelijke website is bereikt of overschreden



4%

van de communicatieprofessionals kent het maximale aantal hits per minuut dat de gemeentelijke website aankan

Communicatieadviseur:

- "Er stond een te zwaar bestand op de site dat door verschillende mensen tegelijkertijd werd geopend."

4.8 Meerderheid heeft inzet crisis.nl nog nooit overwogen

Een klein deel van de communicatieprofessionals heeft crisis.nl in het verleden al eens ingezet. Daarnaast heeft 13 procent inzet van crisis.nl wel eens overwogen, maar er uiteindelijk toch van afgezien. De ruime meerderheid (81%) heeft de inzet nooit overwogen.

Tabel 4.3

Overwegen en inzet crisis.nl

ingezet	6%
overwogen, uiteindelijk niet ingezet	13%
nooit overwogen	81%

Het uiteindelijk niet inzetten van crisis.nl had voornamelijk te maken met de ontwikkeling van de actuele situatie: de afwikkeling van de noodsituatie verliep voorspoediger dan verwacht en/of dat er voldoende andere communicatiemiddelen beschikbaar waren. In een enkel geval is afgezien van de inzet van crisis.nl, omdat het proces als ingewikkeld werd ervaren. Deze beslissing om crisis.nl niet in te zetten, wordt in de meeste gevallen op gemeenteniveau of op het niveau van de veiligheidsregio genomen.

Burgemeester:

- "Wij wilden op een gegeven moment crisis.nl inschakelen bij de communicatie. Toen dat moest gebeuren, was het zo ingewikkeld of duurde het zo lang dat op operationeel niveau de afweging is gemaakt om het zelf doen. Dus toen hebben we een eigen telefoonnummer en een eigen belcentrum ingericht."



In de meeste gevallen was het tekortschieten van de gemeentelijke website door het grote aantal hits, de voornaamste reden om crisis.nl wel in te zetten. Ook de omvang en aard van de noodsituatie en de geografische schaal van de situatie spelen in de overwegingen mee.

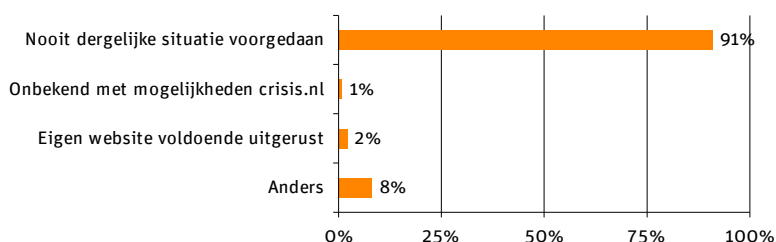
Communicatieadviseur:

- “We hebben crisis.nl ingezet omdat het een calamiteit in meerdere gemeenten betrof”.

De meerderheid van de communicatieprofessionals geeft aan dat in hun gemeente en/of veiligheidsregio nooit de inzet van crisis.nl is overwogen. Met name omdat een dergelijke situatie zich niet eerder heeft voorgedaan. Als overige redenen worden onder meer genoemd dat men nog niet heeft deelgenomen aan een cursus en dat de veiligheidsregio voor dit doel een eigen website gebruikt.

Figuur 4.5

Redenen nooit overwegen inzet crisis.nl



4.9 Bekendheid, beeldvorming en gebruik calamiteitenzender

Kwaliteit en dekingsgraad calamiteitenzenders niet in alle regio's gelijk

De meerderheid van de communicatieadviseurs (83%) geeft aan dat er in hun gemeente en/of veiligheidsregio regels en afspraken gelden voor de inzet van de regionale zender als calamiteitenzender bij crisissituaties. Deze afspraken gaan over wanneer de zender ingezet kan worden en wie de beslissing daarvoor neemt. Deze afspraken zijn veelal ook vastgelegd in een (regionaal of provinciaal) convenant met de betreffende calamiteitenzender. De relatief kleine groep die geen regels heeft vastgelegd, verwacht de calamiteitenzender evengoed snel in te kunnen zetten.

Tabel 4.4

Regels inzetten calamiteitenzender

vaste afspraken	83%
nog geen vaste afspraken	10%
geen vaste afspraken	7%



De beslissing om de regionale televisiezender in te zetten in noodsituaties wordt volgens de burgemeesters door een aantal factoren bepaald. In de eerste plaats is de (veronderstelde) kwaliteit, bekendheid en dekking van de televisiezenders van belang. Een regionale zender zonder volledige dekking onder de bevolking is minder effectief als kanaal voor de crisiscommunicatie. En niet alleen deze dekking, maar ook in de kwaliteit van de regionale televisieomroepen blijken van regio tot regio verschillen te bestaan.

Burgemeesters:

- "De regionale televisiezender kwam hier wel heen toen die brand gaande was, maar ze hebben in dat gebied niet eens dekking."
- "Ik heb wel eens gehad dat de apparatuur niet werkte en dat we toen niet konden uitzenden. Daar heb je natuurlijk indirect last van. Als dat niet goed loopt kun je ook niet de communicatie naar buiten op zetten. Dat moet gewoon werken."

Met opmaak:
opsommingstekens en
nummering

Verder speelt het vertrouwen tussen de autoriteiten en de regionale omroepen een rol. Journalisten maken graag gebruik van hun journalistieke vrijheid en dat kan soms strijdig zijn met de belangen van de overheid die niet alle informatie wil vrijgeven of eerst zaken nog wil verifiëren. Ook voor de burger kan een mix van officiële mededelingen en vrije nieuwsgaring via dezelfde zender verwarring opleveren. Tot slot zijn nog niet in alle regio's goede afspraken gemaakt tussen de gemeenten en/of veiligheidsregio's en de regionale zender.

Burgemeester:

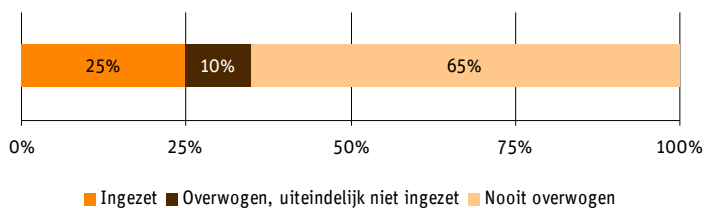
- "Mijn interview werd in de nieuwsrubriek uitgezonden. Dat was dus een misverstand. Vraag je mij nou om zelf te communiceren voor de calamiteitenzender, dan bepaal ik zelf het moment waarop ik dat doe en niet de hoofdredacteur. Daar hebben we wel even met elkaar over moeten praten."

4.10 Calamiteitenzender wordt vooral ingezet bij langdurige noodsituaties

Een kwart van de communicatieadviseurs heeft in het verleden de calamiteitenzender wel eens ingezet, met name op initiatief van de communicatieadviseur of gemeentelijk beleidsteam (GBT). De calamiteitenzender wordt met name gebruikt bij noodsituaties die langer duren en waarover betrokkenen en omwonenden voortdurend op de hoogte gesteld moeten worden. Bijvoorbeeld bij grote branden, gifwolken, hoog water of een stroomstoring.



Figuur 4.6
Inzet calamiteitenzender



Communicatieadviseur: "De calamiteitenzender wordt ingezet bij een crisis die langer duurt en waarover bewoners voortdurend op de hoogte moeten worden gesteld."

Een tiende van de adviseurs heeft wel eens overwogen om de calamiteitenzender in te zetten, maar dit uiteindelijk niet gedaan. In de meeste gevallen was de reden om er vanaf te zien, dat de noodsituatie al snel was opgelost. Overeenkomend met de inzet van crisis.nl is de burgemeester ook eindverantwoordelijk voor de inzet van de calamiteitenzender. De communicatieprofessionals vervullen hierin vaker een adviserende rol.

Tabel 4.5
Rol bij inzet calamiteitenzender

	eindverantwoording	meebeslissen	adviseren	geen rol	totaal
burgemeester	93%	3%	1%	3%	100%
veiligheidsadviseur	1%	33%	56%	10%	100%
communicatieadviseur	5%	37%	57%	1%	100%
webredacteur	1%	4%	25%	70%	100%

Bijna tweederde van de communicatieadviseurs heeft nog nooit overwogen om de calamiteitenzender in te zetten. Er is in de meeste gevallen geen dergelijke situatie geweest. Een aantal professionals geeft aan dat de keuze voor dit communicatiemiddel bij de veiligheidsregio ligt.

4.11 Onderscheid actuele nieuwsgaring en calamiteitenzender soms onduidelijk

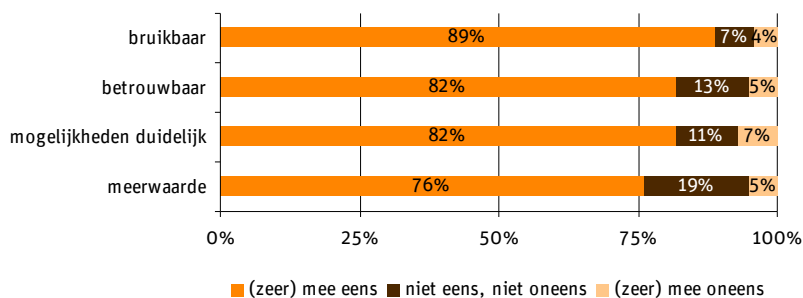
De meerderheid van de communicatieprofessionals beschouwt de calamiteitenzender als een bruikbaar en betrouwbaar communicatiemiddel met een duidelijke meerwaarde.

Communicatieadviseur:

- "Veel mensen kunnen via de calamiteitenzender snel geïnformeerd worden over noodzakelijke zaken. De zender is een goede aanvulling op de andere in te zetten middelen."
- "De calamiteitenzender is een middel met een groot bereik waarbij de boodschap tamelijk snel verzonden kan worden."



Figuur 4.7
Beeldvorming calamiteitenzender onder communicatieprofessionals gemeenten en veiligheidsregio's

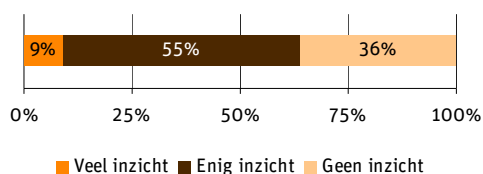


Communicatieprofessionals zien de meerwaarde vooral in de bekendheid en de toegankelijkheid van de regionale zender. Verder wijzen de professionals op de betrouwbaarheid en snelheid van het medium. Een wat lastiger punt bij de inzet van de regionale zender als calamiteitenzender is het al eerder genoemde onderscheid tussen enerzijds de officiële mededelingen van de autoriteiten en anderzijds de vrije journalistieke berichtgeving en duiding van het nieuws door de omroep.

4.12 Een derde van de communicatieprofessionals heeft geen inzicht in informatiezoekgedrag

Ongeveer één op de tien communicatieadviseurs en webredacteuren zegt dat er in hun gemeente en/of veiligheidsregio 'veel inzicht' bestaat in het informatiezoekgedrag van burgers tijdens crises of calamiteiten. Ruim de helft houdt het op 'enig inzicht' en ruim een derde zegt dat inzicht niet te hebben.

Figuur 4.8
Inzicht in informatiezoekgedrag burgers tijdens crisis





In de gevallen waar wel inzicht is in het informatiezoekgedrag, is dit met name verkregen door het evalueren van het gebruik van de crisiscommunicatiemiddelen in de eigen gemeente en/of veiligheidsregio. In 20% van de gevallen komt het voort uit gemeentelijk of regionaal onderzoek en in 17% wordt het ontleend aan informatie over landelijke ontwikkelingen.

Inzicht verkregen door:

- eigen ervaring (39%);
- onderzoek (20%);
- landelijke ontwikkelingen (17%);
- deskundigen (6%);
- cursus (3%);
- op gevoel (3%);
- rampenoefening (2%);
- anders (6%);
- weet niet (11%).

4.13 Samenvatting

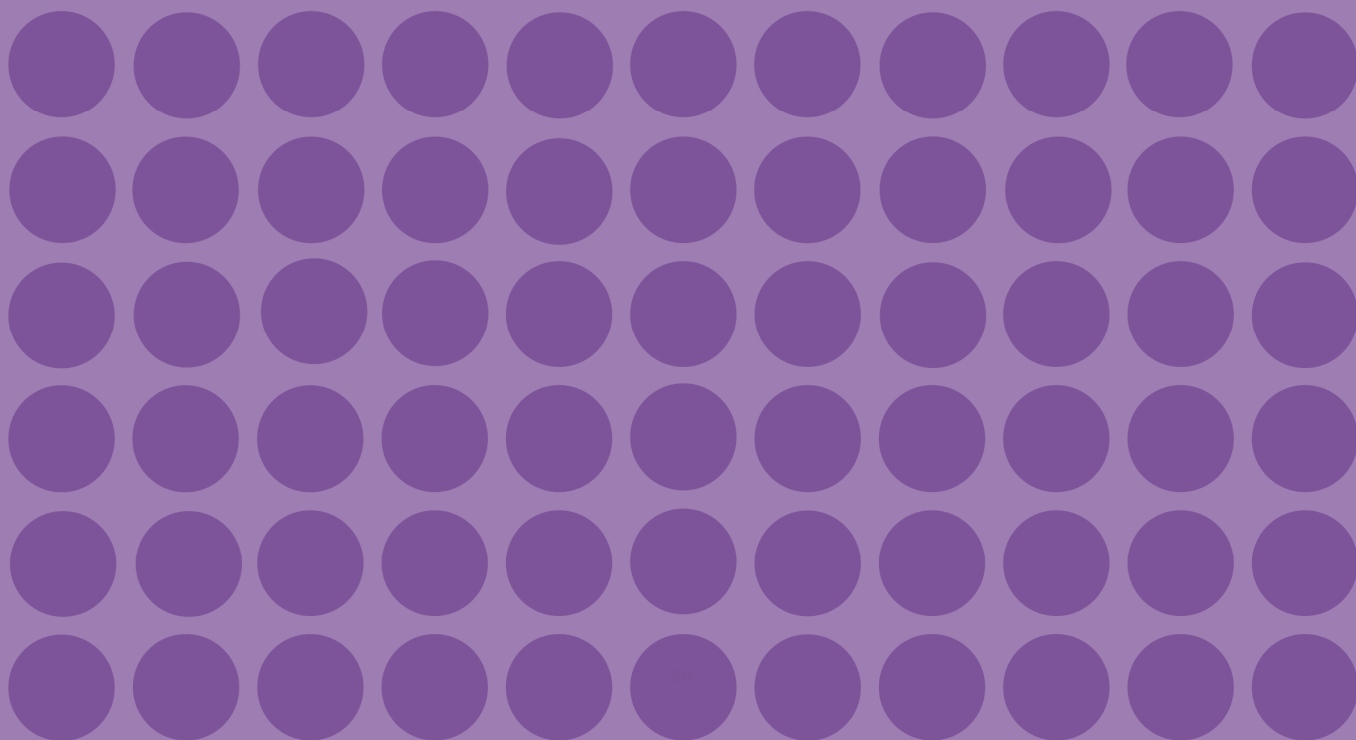
Lokale overheden beoordelen crisiscommunicatiemiddelen op de betrouwbaarheid, het bereik onder de bevolking en de snelheid en het gemak waarmee ze in gebruik te nemen zijn.

De bekendheid van de website crisis.nl is onder burgemeesters die hiermee geen ervaring hebben minimaal. Zij vertrouwen op de adviezen van de communicatieadviseurs. De laatstgenoemden staan positief tegenover crisis.nl. De meerderheid van hen vindt dat de website snel bereikbaar, betrouwbaar en bruikbaar is. Onder burgemeesters bestaat wel de vrees dat het middel crisis.nl de situatie erger maakt dan dat daadwerkelijk het geval is. Verder plaatsen de webredacteurs een kritische noot bij de gebruiksvriendelijkheid van het CMS.

De meerwaarde van de calamiteitenzender zit volgens de communicatieprofessionals vooral in de bekendheid en toegankelijkheid van de regionale zender. De beslissing om de regionale televisiezender als calamiteitenzender in te zetten, wordt volgens burgemeesters door een aantal factoren bepaald. Ten eerste is de kwaliteit en de dekking van belang, ten tweede moet de vertrouwensrelatie tussen de autoriteiten en de regionale zender goed zijn, bekendheid onder de burgers en tot slot moeten er goede afspraken zijn gemaakt tussen beide partijen.

Mede vanwege de opkomst van mobiele telefonie en de sociale media hebben gemeenten het idee steeds achter de feiten aan te lopen. Volgens de burgemeesters is de gemeentepagina vooral geschikt in crisissituaties voor burgers die niet rechtstreeks bij de crisis betrokken zijn, maar zich toch willen informeren.

bijlagen





Bijlage 1. Vragenlijst burgers (telefonisch)

1. De overheid geeft op verschillende manieren informatie over wat u kunt doen bij een calamiteit of crisis. Aan wat voor soort situaties denkt u bij de termen calamiteit en crisis?

2. Een calamiteit of crisis is een gebeurtenis die ernstige schade voor meer mensen kan veroorzaken. Ik ga nu een paar voorbeelden van calamiteiten of crises. Kunt u per voorbeeld aangeven hoe groot u de kans acht dat u zelf direct met deze situaties te maken krijgt? U kunt antwoorden met: zeer klein, klein, niet klein/niet groot, groot en zeer groot.

	zeer klein	klein	niet klein/ niet groot	groot	zeer groot	Weet niet/geen antwoord
grote brand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
terroristische aanslag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
groot verkeersongeval	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ziektegolf/epidemie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
langdurige uitval van stroom, gas, water of telefoon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
overstroming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kernongeval	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vrijkomen gevaarlijke stoffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. De overheid heeft een speciale website ontwikkeld voor situaties die bij de vorige vraag naar voren zijn gekomen. Het doel van deze website is om u te informeren, als er iets gebeurt wat ernstige schade voor meer mensen met zich meebrengt. Ook staat er informatie op deze website over wat u in zo'n situatie kunt doen. De website heet crisis.nl. Heeft u wel eens gehoord van de website crisis.nl?

- nee, nog nooit
 ja, ik heb er wel eens van gehoord maar weet niet wat het inhoudt
 ja, ik weet wat de website inhoudt



4. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? U kunt antwoorden met zeer eens, beetje eens, niet eens/niet oneens, beetje oneens en zeer oneens.

	zeer oneens	beetje oneens	niet oneens/ niet eens	beetje eens	zeer eens
De naam crisis.nl is makkelijk te onthouden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De naam crisis.nl zorgt er voor dat ik onnodig bang wordt gemaakt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De naam crisis.nl past goed bij het doel waarvoor de overheid het wil gebruiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De naam crisis.nl heeft een negatieve lading	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Vindt u de naam 'crisis.nl' goed gekozen?

- Ja
- Gaat wel
- Nee, zeker niet
- Weet niet/geen mening

6. Kunt u een toelichting geven waarom u dit vindt?

7. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? U kunt antwoorden met zeer eens, beetje eens, niet eens/niet oneens, beetje oneens en zeer oneens.

	zeer oneens	beetje oneens	niet oneens/ niet eens	beetje eens	zeer eens
'persoonlijke relevantie'					
Ik maak me zorgen over een mogelijke calamiteit of crisis in mijn leefomgeving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik vind het belangrijk om te weten welke calamiteiten of crisis in mijn leefomgeving kunnen voorkomen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
'self-efficacy'					
Ik verwacht dat ik bij een calamiteit of crisis, snel belangrijke informatie kan vinden over wat ik moet doen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat ik bij een calamiteit of crisis, mezelf kan beschermen tegen de mogelijke gevolgen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat ik bij een calamiteit of crisis, op de juiste manier kan reageren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat ik bij een calamiteit of crisis, anderen kan helpen als dat nodig is	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



'verantwoordelijkheid'					
Ikzelf ben verantwoordelijk voor een goede voorbereiding op een mogelijke calamiteit of crisis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De overheid is verantwoordelijk voor het goed voorbereiden van burgers op een mogelijke calamiteit of crisis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
'betrouwbaarheid en nut'					
De overheid doet voldoende om burgers voor te bereiden op een mogelijke calamiteit of crisis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informatie van de overheid om burgers voor te bereiden op een mogelijke calamiteit of crisis, maakt onnodig bang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informatie van de overheid tijdens een calamiteit of crisis is betrouwbaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Heeft u wel eens te maken gehad met een calamiteit of crisis? .

- ja
- nee → ga naar vraag 14

9. Zo ja, wat voor situatie was dat?

- grote brand
- terroristische aanslag
- groot verkeersongeval
- ziektegolf/epidemie
- extreme weersomstandigheden
- langdurige uitval van stroom, gas, water of telefoon
- overstroming
- vrijkomen van gevaarlijke stoffen
- andere situatie die ernstige schade kon veroorzaken namelijk



10a. Heeft u actie ondernomen tijdens deze situatie?

- Ja, wat voor actie?
- ramen en deuren sluiten
 evacueren
 anders namelijk _____
→ ga naar vraag 11a en 12a
- Nee → ga naar vraag 11b en 12b

11a. Op welke manier bent u aan informatie gekomen over wat u moest doen? (meerdere antwoorden mogelijk)

11b. Op welke manier bent u aan informatie gekomen over wat er aan de hand was (meerdere antwoorden mogelijk)

- | | | | |
|---|---|--------------------------------------|--|
| Heeft u informatie
gekregen via de radio? | <input type="checkbox"/> ja
<input type="checkbox"/> nee | Indien genoemd:
Welke zender(s)? | <input type="checkbox"/> Radio 1
<input type="checkbox"/> Radio 2
<input type="checkbox"/> Radio 3
<input type="checkbox"/> commerciële zender
<input type="checkbox"/> regionale calamiteitenzender
<input type="checkbox"/> overige lokale zender
<input type="checkbox"/> anders, namelijk |
| Heeft u informatie
gekregen via de
televisie? | <input type="checkbox"/> ja
<input type="checkbox"/> nee | Indien genoemd:
Welke zender(s)? | <input type="checkbox"/> Nederland 1
<input type="checkbox"/> Nederland 2
<input type="checkbox"/> Nederland 3
<input type="checkbox"/> commerciële zender
<input type="checkbox"/> regionale calamiteitenzender)
<input type="checkbox"/> overige lokale zender
<input type="checkbox"/> anders, namelijk |
| Heeft u informatie
gekregen via internet? | <input type="checkbox"/> ja
<input type="checkbox"/> nee | Indien genoemd:
Welke website(s)? | <input type="checkbox"/> nieuwswebsite
<input type="checkbox"/> gemeentelijke website
<input type="checkbox"/> crisis.nl
<input type="checkbox"/> anders, namelijk
<input type="checkbox"/> weet niet meer |



12a. Zijn er nog andere manieren waarop u tijdens de calamiteit of crisis informatie heeft gekregen over wat u moest doen?

12b. Zijn er nog andere manieren waarop u tijdens de calamiteit of crisis informatie heeft gekregen over wat er aan de hand was?

buren

familie

gemeente

sms-alert

telefoon: ik heb gebeld met.....

via hulpdiensten brandweer/politie/ambulance

anders, namelijk

13. Heeft u bepaalde informatie gemist tijdens de calamiteit of crisis? Zo ja, welke informatie?

Informatiezoekgedrag

14. Bent u zelf wel eens gericht op zoek gegaan naar informatie over hoe u zichzelf kunt voorbereiden op een eventuele calamiteit of crisis, zonder dat er van een directe dreigende situatie sprake was?

ja, meerdere keren

ja, één keer

nee → ga naar vraag 16

15. Naar aanleiding waarvan bent u op zoek gegaan naar informatie?

Naar aanleiding van een eerdere actuele dreigende situatie/ noodsituatie

Naar aanleiding van een gesprek met anderen (familie, bekenden, collega's etc)

Naar aanleiding van een spotje/programma/film op TV

Naar aanleiding van een bericht/boodschap op de radio

Naar aanleiding van een artikel in de krant/tijdschrift

Naar aanleiding van een folder/brochure/ander voorlichtingsmateriaal

Geen specifieke aanleiding/vanuit ongerustheid, van betrokkene zelf en/of partner/familielid

Een andere aanleiding, namelijk:



Communicatie tijdens crisissituaties

16. Stelt u zich het volgende voor: in uw woonwijk doet zich een zware explosie voor, gevolgd door een grote brand. Het is meteen duidelijk dat er naast veel schade ook veel gewonden en misschien zelfs wel doden gevallen zijn. Wanneer u in die situatie wilt weten wat er aan de hand is en wat u moet doen, via welke bronnen gaat u uzelf dan informeren?

Radio ja
 nee

Indien genoemd:
Welke zender(s)?

- Radio 1
- Radio 2
- Radio 3
- commerciële zender
- regionale calamiteitenzender
- overige lokale zender
- anders, namelijk

Televisie ja
 nee

Indien genoemd:
Welke zender(s)?

- Nederland 1
- Nederland 2
- Nederland 3
- commerciële zender
- regionale calamiteitenzender
- overige lokale zender
- anders, namelijk

Internet ja
 nee

Indien genoemd:
Welke website(s)?

- nieuwswebsite
- gemeentelijke website
- crisis.nl
- anders, namelijk

17. Zou u behalve radio, televisie en internet ook nog op andere manieren informatie zoeken tijdens de calamiteit of crisis?

- burelen
- familie
- gemeente
- SMS-alert
- telefoon: ik ga bellen met.....
- via hulpdiensten brandweer/politie/ambulance
- anders, namelijk
- weet niet



18. Weet u via welke tv-zender de overheid informatie geeft bij een calamiteit of crisis?

- Ja, namelijk
- Nederland 1
 - Nederland 2
 - Nederland 3
 - commerciële zender
 - regionale calamiteitenzender
 - overige lokale/regionale zender
 - anders, namelijk

19. Weet u via welke radio-zender de overheid informatie geeft bij een calamiteit of crisis?

- Ja, namelijk
- Radio 1
 - Radio 2
 - Radio 3
 - commerciële zender
 - regionale calamiteitenzender
 - overige lokale/regionale zender
 - anders, namelijk
- Nee

20. Radio 1 of de regionale omroep kan door de overheid worden ingezet tijdens een calamiteit of crisis om informatie te geven over wat er aan de hand is en wat u moet doen. Hoe snel kunt u Radio 1 vinden?

- Vrijwel direct
- Na enig zoeken
- Helemaal niet
- Weet ik niet/geen idee

21. Hoe snel kunt u <invvoegen regionale zender obv postcode> op de radio vinden?

- Vrijwel direct
- Na enig zoeken
- Helemaal niet
- Weet ik niet/geen idee



22. Hoe snel kunt u <invvoegen regionale zender obv postcode> op de tv vinden?

- Vrijwel direct
- Na enig zoeken
- Helemaal niet
- Weet ik niet/geen idee

23 Bent u in het bezit van een radio met batterijen of een opwindbare radio?

- Ja
- Nee

24. Maakt u gebruik van internet op uw mobiele telefoon?

- Ja
- Nee

Achtergrondkenmerken

25. Wat is uw geslacht?

- man
- Vrouw

26. Wat is uw leeftijd

27. Wat is uw woonsituatie?

- alleenwonend
- samenwonend, zonder kinderen
- samenwonend, met inwonende kinderen
- anders, namelijk

28a. Zijn er bijzondere omstandigheden waardoor u zichzelf tijdens noodsituaties minder goed kunt redden?

- ja
- Nee -> ga naar vraag 29



28b. Waardoor kunt u zich minder goed zelf redden in noodsituaties?

- lichamelijke of zintuiglijke beperking (rolstoel, slecht ter been, slechtziend, slechthorend etc.)
- verstandelijke/psychische beperking
- anders, namelijk

29. Wat is uw hoogste afgeronde opleiding?

- geen opleiding
- basisonderwijs
- voorbereidend beroepsonderwijs (VBO/LBO/VMBO)
- middelbaar algemeen voortgezet onderwijs (MULO/MAVO)
- middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
- hoger algemeen onderwijs (HAVO/VWO)
- hoger beroepsonderwijs (HBO)
- universiteit
- anders, namelijk

30. Binnenkort wordt er een groepsgesprek gehouden om verder te praten over de resultaten van dit onderzoek. Als u hieraan mee wilt doen, wordt u hiervoor later benaderd met meer informatie over de datum, tijdstip en locatie. Bent u in principe bereid om deel te nemen aan het groepsgesprek?

- ja
- nee

31. Heeft u naar aanleiding van dit onderzoek nog vragen of opmerkingen?

32. Wilt u meedoen aan de verloting van vijf cadeaubonnen (Iris-cheques) ter waarde van 50 euro? Uw antwoorden worden niet gekoppeld aan uw persoonlijke (contact)gegevens.

- Ja
- nee



Bijlage 2. Vragenlijst communicatieprofessionals (online)

1a. Bij welke organisatie bent u werkzaam?

Veiligheidsregio

Gemeente

Hulpdienst

Anders, namelijk

1b. Op welke afdeling bent u werkzaam?

2. Wat is uw functie?

Junior Communicatiemedewerker

Senior Communicatiemedewerker

Hoofd afdeling communicatie

Webredacteur

Anders, namelijk

3. Welke rol vervult u in crisissituaties primair in het kader van de crisiscommunicatie? Als meerdere antwoorden mogelijk zijn, kies dan de functie die u in hoofdzaak vervult.

Directe advisering aan bestuur/ veiligheidsoverleg/ beleidsteam

Leidinggevende rol

Webredacteur (o.a. crisis.nl)

Ik vervul geen daadwerkelijke rol tijdens crises, wel in de voorbereidingen daarop

Anders, namelijk

4. In hoeverre heeft uw organisatie inzicht in de manier waarop inwoners op zoek gaan naar informatie bij crises of calamiteiten?

Veel inzicht

Enig inzicht

Nauwelijks/geen inzicht → ga naar vraag 6



5. **Op welke wijze heeft uw gemeente inzicht verkregen in het informatiezoekgedrag van burgers in geval van een crisis of calamiteit?**

6. **Wat is de capaciteit van uw gemeentelijke website, in maximaal aantal hits per 5 minuten?**

Hits per 5 minuten

Weet niet

7. **Is de maximumcapaciteit van de website wel eens bereikt of overschreden?**

Dit is nooit voorgekomen → ga naar vraag 11

Dit is een enkele keer voorgekomen

Dit is meerdere keren voorgekomen

8. **In welke situatie(s) is het voorgekomen dat de website zijn maximumcapaciteit heeft overschreden en bezoekers geen of slecht toegang konden krijgen tot de website?**

9. **Hoe lang duurde het ongeveer voordat de website weer optimaal functioneerde?**

10. **Welke oplossing heeft er aan bijgedragen dat het capaciteitsprobleem werd opgelost?**

11. **Bent u bekend met de mogelijkheden van de website crisis.nl voor uw gemeente? Welk antwoord is voor u het meest van toepassing?**

Ik ben goed op de hoogte van de mogelijkheden van crisis.nl

Ik ben op hoofdlijnen bekend met de mogelijkheden van crisis.nl

Ik ken crisis.nl wel maar ben niet bekend met de mogelijkheden

Ik ken crisis.nl niet → ga naar vraag 23

12. **Zijn er in uw gemeente regels opgesteld of afspraken gemaakt voor het gebruik van crisis.nl in noodsituaties? Welke omschrijving komt het dichtst bij de situatie in uw gemeente?**

Daarvoor gelden vaste afspraken, die zijn vastgelegd in een protocol of procedure. Daarin kan ik onder meer nakijken wat het telefoonnummer van het Nationaal CrisisCentrum is.

Daarover zijn geen vaste afspraken vastgelegd, maar daar wordt wel aan gewerkt → ga naar vraag 15

Daarvoor zijn geen vaste afspraken of regels → ga naar vraag 14



13. Welke regels en afspraken gelden er in uw gemeente over de inzet van crisis.nl?

→ ga naar vraag 15

14. Om welke redenen zijn er (nog) geen vaste afspraken of regels voor de inzet van crisis.nl?

- We hebben crisis.nl niet nodig; de kans op een noodsituatie is erg klein
- We hebben crisis.nl niet nodig; eigen website is voldoende toegerust op noodsituaties
- Als we crisis.nl willen gebruiken, is dat ook zonder regels of protocol snel geregeld
- Afspraken en regels voor het inzetten van crisis.nl heeft geen prioriteit
- Geen duidelijke reden
- Anders, namelijk

15. Wie beslist binnen uw gemeente over de inzet van crisis.nl? Kunt u per functie aangeven welke rol deze betrokkene heeft?

	Eindverant woording	Meebe- slissen	Adviseren	Geen rol	onbekend/ n.v.t.
Burgemeester	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veiligheids-adviseur (zoals AOV of ARB)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Communicatie-adviseur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Webredacteur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Heeft uw gemeente crisis.nl wel eens ingezet?

- Ja, crisis.nl is al eens ingezet → ga naar vraag 17a
- Nee, wel overwogen, maar uiteindelijk niet ingezet → ga naar vraag 17b
- Nee, ook nooit overwogen → ga naar vraag 22

17. a. In welke situatie(s) is crisis.nl ingezet?

b. In welke situatie(s) is overwogen crisis.nl in te zetten?

18. a. Wat heeft een doorslaggevende rol gespeeld om crisis.nl in te zetten?

b. Wat heeft een doorslaggevende rol gespeeld om crisis.nl uiteindelijk niet in te zetten?

19. a. Wie heeft het initiatief genomen om crisis.nl in te zetten? → ga naar vraag 23

b. Wie heeft het initiatief genomen om de inzet van crisis.nl te overwegen?



20. **Waarom werd crisis.nl uiteindelijk niet ingezet?**

21. **b. Wie heeft besloten dat inzet crisis.nl niet nodig was?**

- de gemeente → **ga naar vraag 23**
- ministerie van BZK → **ga naar vraag 23**
- andere externe partij (veiligheidsregio, politie, provincie etc.) → **ga naar vraag 23**
- Anders, namelijk → **ga naar vraag 23**

22. **Waarom is nooit overwogen crisis.nl in te zetten?** (meerdere antwoorden mogelijk)

- Er heeft zich nooit een situatie voorgedaan waarin dat nodig was
- We zijn niet bekend met de mogelijkheden van crisis.nl
- we hebben crisis.nl niet nodig; eigen website is voldoende toegerust op noodsituaties
- Anders, namelijk

23. **In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?**

	mee eens	tamelijk mee eens	niet eens/niet oneens	tamelijk oneens	On- eens	Weet niet/ geen antwoord
crisis.nl is een betrouwbaar communicatiemiddel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
crisis.nl is een bruikbaar communicatiemiddel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
crisis.nl biedt meerwaarde ten opzichte van andere communicatiemiddelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het is duidelijk wat de mogelijkheden zijn van crisis.nl voor onze gemeente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De naam 'crisis.nl' is goed gekozen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. Voor de mensen die bij vraag 23 mee eens of tamelijk mee eens hebben ingevuld:

U vindt dat de website crisis.nl meerwaarde biedt ten opzichte van andere communicatiemiddelen. Kunt u uitleggen waarom u dit vindt?

Voor de mensen die bij vraag 23 mee oneens of tamelijk mee oneens hebben ingevuld:

U vindt dat de website crisis.nl geen meerwaarde biedt ten opzichte van andere communicatiemiddelen. Kunt u uitleggen waarom u dit vindt?

Voor de mensen die bij vraag 23 niet eens/niet oneens hebben ingevuld of weet niet/geen antwoord
ga naar vraag 25



25. Heeft u wellicht nog suggesties om de gebruikswaarde van crisis.nl te verbeteren?

(v26 tot en met v39 alleen voor communicatieadviseurs)

26. Zijn er in uw gemeente regels opgesteld of afspraken gemaakt voor het gebruik van de regionale zender als calamiteitenzender in noodsituaties? Welke omschrijving komt het dichtst bij de situatie in uw gemeente?

- Daarvoor gelden vaste afspraken die zijn vastgelegd in een convenant en een bijbehorend protocol of procedure. Hierin vind ik onder meer de telefoonnummers van de contactpersoon bij de regionale omroep.
- Daarover zijn geen vaste afspraken vastgelegd, maar daar wordt wel aan gewerkt
- Daarvoor zijn geen vaste regels: → ga naar vraag 28

27. Welke regels en afspraken gelden er in uw gemeente over de inzet van calamiteitenzenders?

→ ga naar vraag 29

28. Om welke redenen zijn er (nog) geen vaste afspraken of regels voor de inzet van calamiteitenzenders?

- We hebben calamiteitenzenders niet nodig; de kans op een noodsituatie is erg klein
- We hebben calamiteitenzenders niet nodig; eigen communicatiemiddelen zijn voldoende toegerust op noodsituaties
- Als we calamiteitenzenders willen gebruiken, is dat ook zonder regels of protocol snel geregeld
- Afspraken en regels voor het inzetten van calamiteitenzenders heeft geen prioriteit
- De reden is onduidelijk
- Anders, namelijk

29. Wie beslist binnen uw gemeente over de inzet van calamiteitenzenders? Kunt u per functie aangeven welke rol deze betrokkene heeft?

	Eindverant- woording	Meebe- slissen	Advise- ren	Geen rol	onbekend/ n.v.t.
Burgemeester	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veiligheids-adviseur (zoals AOV of ARB)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Communicatie-adviseur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Webredacteur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



30. Heeft uw gemeente de calamiteitenzender wel eens ingezet?

- Wel gebruikt → ga naar vraag 31a
- Wel overwogen, maar uiteindelijk niet gebruikt → ga naar vraag 31b
- Niet overwogen → ga naar vraag 35

31. a. In welke situatie(s) is de calamiteitenzender ingezet?

b. In welke situatie(s) is overwogen om de calamiteitenzender in te zetten?

32. a. Wat heeft een doorslaggevende rol gespeeld om de calamiteitenzender in te zetten?

b. Wat heeft een doorslaggevende rol gespeeld om de calamiteitenzender uiteindelijk niet in te zetten?

33. a. Wie heeft het initiatief genomen om de calamiteitenzender in te zetten? → ga naar vraag 37

b. Wie heeft het initiatief genomen om de inzet van de calamiteitenzender te overwegen?

34. Wie heeft besloten dat inzet van de calamiteitenzender niet nodig was?

- de gemeente → ga naar vraag 36
- ministerie van BZK → ga naar vraag 36
- andere externe partij (veiligheidsregio, politie, provincie etc.) → ga naar vraag 36
- Anders, namelijk → ga naar vraag 36

35. Waarom is nooit overwogen om de calamiteitenzender in te zetten?

(meerdere antwoorden mogelijk)

- Er heeft zich nooit een situatie voorgedaan waarin dat nodig was
- We zijn niet bekend met de mogelijkheden
- we hebben de calamiteitenzender niet nodig; eigen communicatiemiddelen zijn voldoende toegerust op noodsituaties
- Anders, namelijk

→ Ga naar vraag 37

36. Waarom werd de calamiteitenzender uiteindelijk niet ingeschakeld?



37. In hoeverre vindt u de volgende kenmerken van toepassing op de calamiteitenzender?

	mee eens	tamelijk mee eens	niet eens/niet oneens	tamelijk oneens	On-eens	Weet niet/geen antwoord
De calamiteitenzender is een betrouwbaar communicatiemiddel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De calamiteitenzender is een bruikbaar communicatiemiddel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De calamiteitenzender biedt meerwaarde ten opzichte van andere communicatiemiddelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het is duidelijk wat de mogelijkheden zijn van de calamiteitenzender voor onze gemeente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

38. Voor de mensen die bij vraag 37 mee eens of tamelijk mee eens hebben ingevuld:

U vindt dat de calamiteitenzender meerwaarde biedt ten opzichte van andere communicatiemiddelen. Kunt u uitleggen waarom u dit vindt?

Voor de mensen die bij vraag 37 mee oneens of tamelijk mee oneens hebben ingevuld:

U vindt dat de calamiteitenzender geen meerwaarde biedt ten opzichte van andere communicatiemiddelen. Kunt u uitleggen waarom u dit vindt?

Voor de mensen die bij vraag 37 niet eens/niet oneens hebben ingevuld of weet niet/geen antwoord ga naar vraag 25

39. **Wat valt er te verbeteren zodat de gebruikswaarde van de calamiteitenzender groter wordt?**

40. **Heeft u naar aanleiding van dit onderzoek nog vragen of opmerkingen?**