



Handreiking



**Samenredzaamheid
bij overstromingen en
ernstige wateroverlast**

Colofon

Versie:	1.0
Datum:	juni 2017
Auteurs:	Ineke Setz (Vesuvio Consult; maatschappelijke communicatie) Ingrid van den Berg (Veiligheidsregio Hollands Midden)
Projectleider:	Ingrid van den Berg (Veiligheidsregio Hollands Midden)
Kerngroep:	Nicolien Geugies (Veiligheidsregio IJsselland) Myrtille van Bommel (Veiligheidsregio Utrecht) Melanie van Jaarsveld (Rijkswaterstaat) Sylvia Lafourcade (Hoogheemraadschap Rijnland) Louise Schneider (Veiligheidsregio Midden West Brabant) Mariel Nieuwenhuis (Hoogheemraadschap de Stichtse Rijnlanden) Rika Leijstra (Veiligheidsregio Fryslan) Corry Brand (Veiligheidsregio Zeeland) Anne Michiels (Veiligheidsregio Kennermerland) Matthijs Leurink (GGD GHOR Nederland)

Handreiking

Samenredzaamheid
bij overstromingen en
ernstige wateroverlast

Handreiking samenredzaamheid	6
<i>Voor wie en door wie?</i>	6
<i>Vier niveaus: informeren, alerteren, waarschuwen en alarmeren</i>	7
I. Je moet zélf in de regio aan de slag!	9
1. <i>De evacuatiestrategie</i>	9
2. <i>Ben jij al waterproof? Doe de check!</i>	10
II. Durf, doe het regel-matig en begin nu al!	13
1. <i>Framing: Van 'veilig achter de dijken' naar 'het kan een keer mis gaan'</i>	13
2. <i>Zorg voor regelmatige en/of regionale aandacht voor overstromingen</i>	14
3. <i>Als het echt mis gaat..... samen zijn ze redzaam</i>	14
III. Ken je regio!	17
1. <i>Wat kan er mis gaan?</i>	17
2. <i>Voor wie kan het misgaan?</i>	17
IV. Niveau 1 Informeren: Communiceer nu al!	21
1. <i>Verbinding: ken je partners</i>	21
2. <i>Communicatiedoel: concreet per activiteit</i>	22
<i>Kernboodschap: het kan ook hier mis gaan!</i>	22
3. <i>Strategie: persoonlijk relevant met handelingsperspectief, gebruik maken van touchpoints, actualiteit, elkaars kracht en zorg voor een lange adem...</i>	23
4. <i>Welke middelen kun je inzetten in niveau 1?</i>	25
5. <i>Onderzoek: Gezamenlijke inspanning in Waterpeil en testen van middelen</i>	26
V. Niveau 2, 3 en 4 Alerteren, waarschuwen en alarmeren: handelingsperspectief!	29
1. <i>Verbinding: bel meteen je partners</i>	29
2. <i>Communicatiedoel: Beperking van onrust, duiding geven en informeren over 'wat te doen'</i>	30
3. <i>Kernboodschap: het gaat mis, dit moet u doen!</i>	30
4. <i>Strategie: Actief, persoonlijk relevante boodschap met handelingsperspectief, gebruik elkaars kracht, sluit aan op crisis.nl en wees voorbereid op stroomuitval...</i>	31
5. <i>Welke middelen kun je inzetten in niveau 3 en 4?</i>	32
6. <i>Onderzoek: Maak een omgevingsbeeld vooraf en blijf monitoren!</i>	33
VI. Afsluiting: dynamisch en verfijnen	35
Bijlage 1 Met je collega's van Rijkswaterstaat en de waterschappen aan de slag: gesprekspunten	37

Samenredzaamheid bij overstromingen en ernstige wateroverlast

Deze handreiking is gemaakt binnen het project Water en Evacuatie (programma van de veiligheidsregio's) en bevat een modelaanpak voor risico- en crisiscommunicatie bij hoogwater en overstromingen. Het project water en evacuatie ontwikkelt een structurele aanpak waarmee veiligheidsregio's, in samenwerking met waterpartners in hun regio, adequaat met risico- en crisisbeheersing bij overstromingen aan de slag kunnen.

Uitgangspunt is dat door communicatie de zelf- maar zeker ook de samenredzaamheid van de burger in geval van een (dreigende) overstroming wordt vergroot.

Voor wie en door wie?

Communicatieadviseurs bij veiligheidsregio's, waterschappen, Rijkswaterstaat, gemeenten en provincies kunnen de handreiking gebruiken om burgers beter te informeren zodat die zich kunnen voorbereiden op overstromingen.

De handreiking is tot stand gekomen met de inbreng en ervaring van veel collega's. Ook maken we gebruik van tools die al zijn getest, toegepast en succesvol gebleken, zoals bijvoorbeeld [overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl). Aanpak en uitwerking zijn gevalideerd door publieksonderzoek.



1. De toolboxes van Ons Water bevatten communicatiemiddelen.
2. Op Kennisplein IFV vind je best practices.
(www.ifv.nl/kennisplein/overstromingen)
3. Communicatieadviseurs van veiligheidsregio's kunnen het virtueel kantoor risicocommunicatie van het IFV gebruiken. Hierop kun je voor alle 18 prioritaire risico's documenten delen. Hier vind je ook kernboodschappen over overstromingen die landelijk zijn ontwikkeld. Alle risicocommunicatieadviseurs hebben een inlog gekregen van het IFV. Vraag die opnieuw op als je hem niet meer hebt!

Vier niveaus: informeren, alerteren, waarschuwen en alarmeren

In deze handreiking onderscheiden we vier niveaus.

Informeren doe je als er niets aan de hand is. Dat kan nu, je kunt ook aanhaken bij de start van het stormseizoen of de Week van Ons Water. Bij **alerteren, waarschuwen en alarmeren** is sprake van een dreiging. Ook hier gelden regionale verschillen. Een dreiging in Duitsland kan waarschuwen betekenen voor de regio Utrecht, de regio West-Brabant kan dit juist aangrijpen om te alerteren. Bovendien kennen waterschappen en RWS een andere dynamiek dan veiligheidsregio's. Zij communiceren al eerder over hoogwater. In de praktijk kunnen de laatste drie niveaus dus door elkaar lopen. Wat een alarmering is voor de één kan een alertering of waarschuwing betekenen voor de ander. We behandelen ze daarom in één hoofdstuk.



Je moet zélf
in de regio
aan de slag!

Je moet zélf in de regio aan de slag!

1. De evacuatiestrategie

Vanuit het project Water en Evacuatie is naast de handreiking samenredzaamheid ook een handreiking Impactanalyse, Handelingsperspectieven en een Gids voor Informatie-uitwisseling ontwikkeld. Deze drie handreikingen bieden input voor de communicatie in de regio.

Aan de slag

- De veiligheidsregio is de initiator om het project Water en Evacuatie in de regio te implementeren. De communicatieadviseur veiligheidsregio is daarmee verantwoordelijk om de handreiking samenredzaamheid in zijn regio te implementeren.
- Zoek de 'waterverantwoordelijke' van je veiligheidsregio op. De meeste veiligheidsregio's hebben een inhoudsverantwoordelijke die waterveiligheid in zijn pakket heeft.
- Overleg met hem wat in de regio op het gebied van water wordt gedaan en hoe je de handreiking samenredzaamheid in je regio kunt implementeren.
- Spreek met hem een frequentie van overleggen en elkaar informeren af.
- Vraag de waterverantwoordelijke ook wat het handelingsperspectief voor de regio is en welke evacuateroutes zijn bepaald.
- Benader voor de implementatie van de handreiking samenredzaamheid in ieder geval de communicatieadviseurs van het/de waterschap(pen) in je regio en Rijkswaterstaat. Beoordeel met hen of er nog andere partijen in het project betrokken moeten worden en nodig hen uit voor een vervolgoverleg.
- Plan één of meer overleg(gen). In bijlage 1 vind je mogelijke gesprekspunten.
- Kijk op de website onswater.nl welke communicatiemiddelen er al zijn die je meteen of met kleine aanpassingen kunt inzetten.
- Informeer gemeenten continu over de vorderingen. Zij zijn straks een belangrijke partij om de burger te informeren.
- Zoek ook je contactpersoon bij NCTV op. Elke veiligheidsregio heeft een contactpersoon bij het NCTV. Bel (070) 751 50 50 om te vragen wie dat voor jouw regio is.
- Overstromingen houden zich niet aan regiogrenzen. Maak afspraken met omliggende regio's.

Tip: denk aan de burens!

Een overstroming treft iedereen die langs de stroomgebieden woont of werkt. De inhoudelijke boodschap beperkt zich dus niet tot één veiligheidsregio of waterschap. Dat geldt zeker bij waarschuwen en alarmeren. Als je in Arnhem maatregelen afkondigt vanwege hoge waterstand, moet je ook in Utrecht iets vertellen aan de burgers. Het water komt daar ook. Afstemming op inhoud en tijd is cruciaal voor de geloofwaardigheid. Maak dus afspraken met omliggende regio's.

2. Ben jij al waterproof? Doe de check!

Om burgers waterproof te kunnen maken, moet je het als professional ook zijn.

Ik ken mijn eigen situatie:

- Ik heb op overstroomik.nl bekeken hoe hoog het water in mijn buurt kan komen.
- Ik weet waar droge plekken zijn in mijn buurt en heb een transistorradio op batterijen in huis.
- Ik weet wat mijn rol is bij een (dreigende) overstroming.
- Ik ken ook de andere (communicatie)rollen in onze (partner)organisaties bij een crisis en weet wie ze bezetten.

Tip: familyplan

In de VS maken veel organisaties een family plan. Medewerkers kunnen zich dan helemaal richten op de crisissituatie en hoeven zich geen zorgen te maken over het welzijn van hun naasten. Het Nederlandse Rode Kruis maakt een Nederlandse versie.

Ik maak mijn collega's en partners waterproof:

- Ik heb contact gelegd met collega's bij gemeenten, waterschappen en Rijkswaterstaat over overstromingen, we weten elkaar te vinden als het mis dreigt te gaan en hebben duidelijke werkafspraken gemaakt (wie doet wat).
- Ik weet welke organisaties mij kunnen ondersteunen bij het bereiken van mensen (in lastig begaanbare gebieden) bij overstromingen: Nederlands Rode Kruis en reddingsbrigade. We hebben werkafspraken gemaakt met wie wanneer contact wordt opgenomen.
- Ik ken mijn gesprekspartners bij overige organisaties, zoals koepelorganisaties (LTO, MKB, regionale bedrijvenorganisaties), instellingen (zorg-, onderwijs) en grote bedrijven. Ik maak daarbij dankbaar gebruik van de contacten van de gemeenten.

Onze organisatie is waterproof:

- Onze organisatie heeft de risico's op overstromingen in beeld.
- Onze organisatie beschikt tijdens een dreigende overstroming over actuele overstromingsscenario's en gevolgen voor burgers, infrastructuur en fysieke objecten.
- Wanneer onze bestuurders te veel nadruk leggen op 'veilig achter de dijken', dan helpen we hen de volgende keer in hun boodschap ook op overstromingsrisico's te wijzen. Om zo het risicobewustzijn van burgers te vergroten.
- Regelmatig agenderen wij communicatie, risicobewustzijn en samenredzaamheid op ons werkoverleg of in gesprekken met onze directeur.

- We gebruiken de onderzoeken Waterpeil en die van MEGO om te laten zien dat burgers het belangrijk vinden om informatie te krijgen over risico op overstromingen en wat zij dan kunnen doen.
- We oefenen intern, maar ook met partners, regelmatig het proces crisiscommunicatie bij hoogwater en overstromingen, met alle betrokken communicatiecollega's.
- Wij kunnen publieksinformatie en webcare inregelen als een overstroming dreigt.
- Regelmatig informeren we de pers over risico's op overstromingen. We doen dat ook samen met andere partners, zoals het Nederlandse Rode Kruis.

Tip: Kunnen we doorwerken bij een overstroming?

Check ook je eigen gebouwen. Staan de noodvoorzieningen in de kelder of droog op de hoogste verdieping? Is brandstof beschikbaar om noodaggregaten bij te vullen? Blijft het crisiscentrum ook in geval van een overstroming bereikbaar en beschikbaar? Zijn er alternatieven?

Tip: extra bericht bij dreigende overstroming

De Veiligheidsregio Utrecht (VRU) doet bij een dreigende overstroming een extra bericht van het Veiligheidsinformatiecentrum de deur uit met informatie over de dreiging en een verwijzing naar [overstroomik.nl](https://www.Overstroomik.nl). Gemeenten en waterpartners ontvangen dit met het verzoek om dit op hun website te plaatsen. Ook de VRU plaats het bericht op haar website. Verder wordt de eigen organisatie (operationele diensten) in kennis gesteld via zo'n bericht.

Onze organisatie en onze collega's in de regio (gemeenten, waterschappen, RWS) grijpen alle kansen aan om burgers en bedrijven waterproof te maken:

- Wij vinden communicatie over risicobewustzijn en aanspreken op zelfredzaamheid heel belangrijk, dan zijn onze burgers al voorbereid als er echt een overstroming dreigt.
- We hebben voor alle scenario's boodschappen gereed die we op de actuele situatie aanpassen.
- Onze organisatie heeft afspraken met belangrijke intermediairs en grote bedrijven en instellingen over wat te doen bij een overstroming. Daarvoor hebben we een stakeholdersanalyse gemaakt.
- Wij zoeken onze burens op: met aangrenzende regio's hebben we evacuatiestrategie en boodschappen afgestemd.
- Als er overstromingen zijn in Duitsland of Engeland, gebruik ik dat als aanleiding om in onze regio over overstromingen te communiceren.
- Onze communicatiekalender is waterproof, wij haken in op alle momenten en plaatsen waar publiek ontvankelijk is voor de overstromingsboodschap.
- We zetten de middelen uit de toolbox Ons Water regelmatig in.
- We gebruiken Kennisplein IFV om te zien wat andere organisaties doen op dit gebied.
- Wij ontplooiën activiteiten in de Week van Ons Water.
- We hebben beeldmateriaal (foto's, filmpjes) uit de regio voorhanden.
- We beschikken over voorbeelden (foto's, filmpjes) van vergelijkbare situaties, bijvoorbeeld overstromingen in andere landen.
- We beschikken vlak voor, tijdens en na de ramp over een permanente omgevingsanalyse zodat we snel en adequaat kunnen reageren op sentimenten, berichtgeving etc..



A 3D rendered scene depicting a business meeting. In the foreground, a white table is partially visible. On the table, several white, stylized human figures are arranged. A prominent red sign with white text is held up by two white poles. The background is a blurred office environment with a green circular light fixture and a purple object.

Samen redzaam

**Durf, doe het
regelmatig
en begin nu al!**

Durf, doe het regelmatig en begin nu al!

Vooraf communiceren loont

Pretty Much Everyone Dropped the Ball in Louisiana

“Overall there was a lack of preparation and really anticipation in this case that was inappropriate”, aldus een congreslid en inwoner van Louisiana. “I think we could have mitigated some of the loss, in fact a good bit of the loss, had there been communication about the threat of the flood.” Een meteoroloog voegde toe: “We can't stop extreme floods from happening, but we can improve our societal preparedness and response to improve our nation's overall resiliency.”

Bron: Jolie Breeden, Natural Hazards Center, University of Colorado

Onderzoeken en ervaring van communicatieadviseurs laten het zien: burgemeesters, wethouders, dijkgraven, projectleiders en ook communicatieadviseurs hebben vaak een schroom om de overstromingsboodschap te brengen dat het een keer mis kan gaan. Ze werken hard aan de bescherming van ons land, zijn gewend uit te dragen dat we veilig zijn achter de dijken. Dus dat is ook wat de meeste burgers denken. De professionals willen geen angst zaaien. Voor dat laatste kunnen we iedereen geruststellen. Uit diverse onderzoeken en publieksreacties op overstroomik.nl blijkt dat mensen zo'n boodschap prima aan kunnen. Sterker nog ze, waarderen het om geïnformeerd te worden over de risico's zodat zij zelf een afweging kunnen maken wat ze kunnen doen.

1. Framing: Van 'veilig achter de dijken' naar 'het kan een keer mis gaan'

Het bewerkstelligen van een juiste mindset bij het publiek rond overstromingen vereist een andere framing van de boodschap. Van de vanzelfsprekendheid van 'veilig achter de dijken' naar het bewustzijn dat 'het ene keer mis kan gaan'. Bestuurders, projectleiders en communicatieadviseurs moeten die andere boodschap uitdragen.

Tips:

- Verwijs je collega's naar het **OESO rapport uit 2014**. Daarin wordt Nederland op de vingers getikt. We hebben de dijken goed op orde hebben, maar doen weinig om mensen risicobewust en zelfredzaam te maken.
- Deze boodschap zaait geen angst, mensen waarderen deze informatie. Uit **Waterpeil** blijkt dat zeven op de tien Nederlanders het zeer belangrijk vindt dat de overheid deze informatie deelt. Als bewijsvoering kun je ook onderzoeken gebruiken. **Zo wil 88% de kaart met overstromings- en evacuatie-informatie ontvangen**. Op Kennisplein IFV vind je een aantal onderzoeken.
- De 'nieuwe boodschap' is even wennen. Oefen met projectleiders en communicatieadviseurs hoe de boodschap een goede plaats krijgt in hun verhaal.
- Deel de boodschap met andere partijen in de regio zodat ook zij hun communicatiestrategie hierop kunnen aanpassen.

2. Zorg voor regelmatige en/of regionale aandacht voor overstromingen

Overstroomik.nl en de app zijn succesvol omdat ze informatie geven op postcodeniveau, die dus persoonlijk relevant is. Ook komt de boodschap goed over op plaatsen en momenten dat men er ontvankelijk voor is: de informatiebehoefte stijgt bij extreem weer in Nederland, als er in de media aandacht wordt gegeven aan het onderwerp en bij gebeurtenissen elders in de wereld.

3. Als het echt mis gaat..... samen zijn ze redzaam

Bij een acute dreiging helpt het als inwoners al over een overstroming hebben nagedacht en weten wat ze dan moeten doen. Zelfredzame mensen moeten worden gestimuleerd alert te zijn op anderen in hun omgeving die dat niet zijn. Zo zijn zij samenredzaam als het misgaat.

Sociaal gedrag

Mensen volgen niet klakkeloos instructies op. Ze wachten af, willen meer informatie en ze kijken altijd naar wat de omgeving doet. Zien ze dat anderen hun boeltje bij elkaar pakken, dan zijn ze zelf ook eerder geneigd dat te doen. Komen de burens met overvolle boodschappentassen thuis, dan spoeden ze zich naar de supermarkt om te hamsteren. Gebruik dit mechanisme in de communicatie over weggaan of blijven. Toon beelden van vertrekkende mensen of bewoners die hun huis voorbereiden op een overstroming.

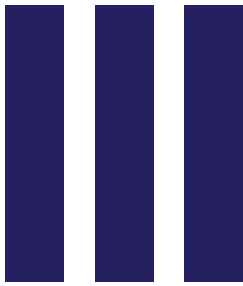
Zelfredzaam en samen

Bij een overstroming wordt een groot beroep gedaan op zelfredzaamheid. Wat gebeurt er tijdens en na de ramp? Hulpdiensten kunnen het gebied niet in, het kan lang duren voor iedereen het gebied uit is gehaald of zelf heeft kunnen verlaten. De overheid richt zich vooral op de niet-zelfredzamen en doet daarbij een beroep op iedereen: instellingen, intermediairs en burgers. Burgers moeten elkaar helpen. Maak dit ook in de communicatie duidelijk.





Ken je regio!



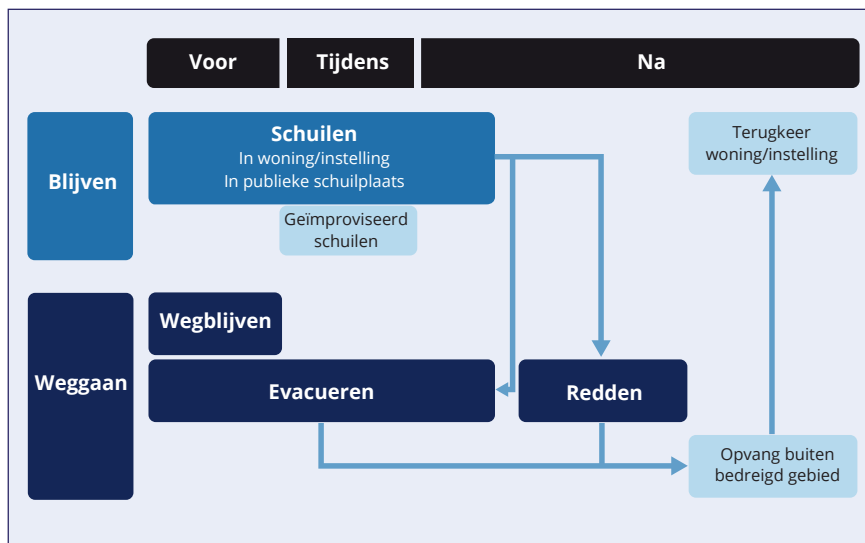
Ken je regio!



1. Wat kan er mis gaan?

Zorg dat je een beeld hebt van de overstromingsrisico's en evacuatiescenario's in jouw regio. Zoek daarvoor de waterverantwoordelijke collega's en je partners bij andere organisaties op.

Het plaatje laat zien welke handelingsperspectieven er zijn voor, tijdens en na een overstroming.



Bij elke fase en elk handelingsperspectief hoort een specifieke boodschap. Lees hoofdstuk 2 van de handreiking Handelingsperspectieven door. Daarin vind je ingrediënten om je boodschap over het handelingsperspectief uit te werken.

Deel de overstromingsrisico's in de regio en de evacuatiescenario's met de burger. Dan heeft hij naast een individueel handelingsperspectief (op basis van de postcode) ook een regionaal beeld.

2. Voor wie kan het misgaan?

Breng de doelgroepen in jouw regio in kaart. Doe dit samen met je partners. De gemeenten en de GHOR/GGD hebben vaak goed in beeld wat er speelt in het gebied. Zo kun je jouw overzicht nog SMARTER maken. Hieronder vind je soorten doelgroepen die je kunt invullen. Bij een actuele dreiging weet je meer specifiek wie getroffen kan worden en wat zij moeten doen. Pas je doelgroepenoverzicht dus aan op de actuele stand van zaken.

Tip

Hieronder vind je soorten doelgroepen. Vul ze aan en kleur ze in, samen met de waterverantwoordelijke en je partners in de regio.

- A. Publiek
 - Algemeen 18+
 - Niet-zelfredzamen
 - Kinderen 8-12
 - Jongeren 13-18

- B. Inwoners getroffen gebied (gebruik hiervoor de evacuatiescenario's in jouw regio).
 - Degenen die blijven (communiceer ook de urgentie om te blijven: je kunt niet evacueren omdat het water te snel komt)
 - Degenen die weggaan
 - Verminderd-zelfredzamen/zorgafhankelijken

Tip: wie zijn niet zelfredzaam?

Besprek met elkaar welke groepen jullie in de regio als niet-zelfredzaam beschouwen.

- C. Inwoners gebieden die niet overstromen, maar wel gevolgen kunnen ondervinden, zoals stroomuitval of opvang familie

- D. Bedrijven algemeen, in bijzonder:
 - BRZO
 - Boeren die bijvoorbeeld niet willen evacueren als vee niet in veiligheid is.

- E. Organisaties en instituties,
 - Ziekenhuizen, verpleeg- en verzorgingshuizen, thuiszorg, zorginstellingen (gehandicapten) en psychiatrische instellingen
 - Onderwijsinstellingen
 - Gevangnissen
 - AZC's

- F. Overheid

- G. Professionals, jouw collega's en die van de partnerorganisaties. Geef specifiek aandacht aan de operationele diensten.





Niveau 1
Informeren:
Communiqueer
nu al!

N

Niveau 1 Informeren: Communiceer nu al!

Informeren: Er is niets aan de hand. Informatie is 24/7 beschikbaar zoals [overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl), websites veiligheidsregio's en gemeentelijke websites.

Tip

De functionele sluiting van de Maeslantkering rond de opening van het stormseizoen op 1 oktober krijgt landelijke publiciteit. Het publiek is dan ontvankelijk voor de overstromingsboodschap. Als regio kun je daarop inspelen. Verleid je publiek ook eens op [overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl) te kijken. Je kunt meteen de regionale risico's en evacuatiescenario's communiceren.

De informatie op maat, de eenvoud van de handeling en de kracht van de samenwerkende waterpartners zorgde ervoor dat al 700.000 Nederlanders opzochten hoe hoog het water in hun buurt kan komen en wat zij dan kunnen doen. In januari 2016 besteedden gemeenten, waterschappen, veiligheidsregio's, Rijkswaterstaat en de Minister veel aandacht aan de herdenking van de Zuiderzeeramp honderd jaar geleden. Ook de pers dook erop. In twee weken tijd zorgde dat voor 100.000 unieke bezoekers op [overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl). Mensen staan dus open voor de boodschap.

1. Verbinding: ken je partners

Communiceren over overstromingen gaat beter als je het samen met je partners doet:

- Maak een lijst met de belangrijke contactpersonen bij jouw partnerorganisaties in de regio.
- Zoek je partners op! In de regio en daarbuiten. Bereid samen kernboodschappen en middelen voor, toets je plannen bij elkaar. Gebruik hiervoor de landelijke toolbox risicocommunicatie overstromingsrisico's. Vaak hebben partners ook al middelen ontwikkeld (Nederlandse Rode Kruis) of kun je via hen burgers bereiken, bijvoorbeeld op een evenement of bij een lokaal project.
- Een overstroming treft bijna nooit één regio, leer dus ook je collega's in aangrenzende regio's kennen.
- Maak een overzicht van contactpersonen bij waterschappen, NCTV en I & M/Rijkswaterstaat en leg contact!
- Maak een lijst met deskundigen die je kunt inzetten voor woordvoering en bespreek dat met ze. En zorg voor opleiden, trainen en oefenen (OTO)!

Tip

Wie in de regio communiceert al over water?
Zoek de organisaties op die al over water (overstromingen, wateroverlast) communiceren. Dat kan het waterschap zijn, de gemeente of Rijkswaterstaat. Haak aan bij deze communicatie en versterk zo de boodschap.



2. Communicatiedoel: concreet per activiteit

De overheid wil het risicobewustzijn en de samenredzaamheid van het publiek verhogen. Maar wanneer doe je het goed? De bestuurlijke ambitie is niet vertaald naar smart doelen en ook niet naar smart communicatiedoelen. Wel kun je als communicatieadviseur steeds afvragen: draagt deze activiteit bij aan het stimuleren van risicobewustzijn en helpt het de zelfredzaamheid van burgers? Natuurlijk is het ook mogelijk om per activiteit concrete doelen te formuleren. Als er tijd en geld voor is, zijn die ook goed te meten zowel in een pretest, een pilot of achteraf. De middelen uit de toolbox Ons Water zijn getest. Waterpeil (website www.destaatvanonswater.nl) is een publieksmonitor waarmee integraal de ontwikkeling van het waterbewustzijn van Nederlanders in kaart wordt gebracht. Het onderzoek vindt een keer in de twee jaar plaats.

Kernboodschap: het kan ook hier mis gaan!

Er zijn landelijke boodschappen over overstromingen die verwijzen naar overstroomik.nl. Deze kun je in je eigen communicatie inzetten. Zorg ook dat je boodschappen op de plank hebt liggen die je specifiek in jouw regio kunt gebruiken.

Algemeen overstromingsboodschap

Overstroom ik?

In Nederland woont meer dan de helft van de mensen in een gebied dat kan overstromen. Samen met andere waterbeheerders werkt **<vul naam van je organisatie in>** daarom dagelijks aan de bescherming van ons land tegen hoogwater. Maar de natuur is grillig en ondanks alles wat we doen om ons land veiliger te maken, kan het toch een keer misgaan. Ook u kunt met een overstroming te maken krijgen. Voer uw postcode in op overstroomik.nl en kijk hoe hoog het water in uw buurt kan komen. Lees ook wat u kunt doen: evacueren of een droge plek zoeken in de buurt.

Regio specifieke boodschap(en): het kan ook in deze regio een keer mis gaan.

Formuleer de regio specifieke boodschappen:

- Doe dit samen met de waterverantwoordelijke en je partners.
- Baseer ze op overstromingsscenario's en handelingsperspectieven in jouw regio.
- Maak ze geschikt voor diverse doelgroepen.
- Neem zelf- en samenredzaamheid mee.

In hoofdstuk III van deze handreiking staat het schema met de verschillende handelingsperspectieven: de varianten op blijven of weggaan en de drie fasen. In hoofdstuk 2 van de handreiking Handelingsperspectieven staan ze uitgelegd. Je kunt de ingrediënten uit de toelichting gebruiken om je boodschappen concreet te maken. De waterverantwoordelijke kan uitleggen welke handelingsperspectieven in jouw regio gelden. Je hebt een specifieke boodschap nodig voor elk handelingsperspectief in elke fase: dus vóór, tijdens en na een overstroming. Houd dit hoofdstuk erbij als je de communicatieboodschap opstelt. Als evacuatie routes bekend zijn, is het goed die ook mee te nemen.



Tip

Laat de evacuatiestrategie 'in de buurt' zien
Vertel of nog beter, laat de evacuatiestrategie zien. Bijvoorbeeld door zoneringen op kaartjes voor een bepaald gebied (wijk, dorp of stad). Dat is herkenbaar en eenvoudig voor inwoners, bedrijven en instellingen. Vanuit dit 'beeld' kun je handelingsperspectieven meegeven.

Voorbeeld

De regio Utrecht kan overstromen vanuit het IJsselmeer, vanuit de Noordzee als de sluis bij IJmuiden het begeven of vanuit de grote rivieren. Per scenario zijn er andere doelgroepen en andere handelingsperspectieven. Je scheidt een beeld van de hele regio, maar begint bij de directe omgeving. Bepaal wat voor de doelgroep het meest relevant is.

3. Strategie: persoonlijk relevant met handelingsperspectief, gebruik maken van touchpoints, actualiteit, elkaars kracht en zorg voor een lange adem...

Persoonlijke relevantie

Aansluiten bij de persoonlijke belevingswereld. Mensen meenemen in een verschuiving van de vanzelfsprekendheid van veilig achter de dijken naar bewustzijn dat het een keer mis kan gaan en zelfredzaamheid ondersteunen.

- Informatie bieden op postcodeniveau
- Handelingsperspectief meegeven
- Inkleuren met regionale informatie
- Toon van Ons Water werkt: Fear, Fun, Fact, Learn en Act

Touchpoints en actualiteit

- Maak een kalender. Gebruik de touchpoints met publiek: dus communiceer op momenten dat en op de plaatsen waar mensen openstaan voor de boodschap.
- Elk najaar gaat de Week van Ons Water over waterveiligheid. In deze week is er extra aandacht voor kinderen en dus gezinnen. Iedere organisatie kan zijn activiteit aandragen die dan op de website wordt geplaatst. Doe dus ook mee. Ons Water zet massamediaal in om te attenderen op deze week.
- Haak aan op de actualiteit. Bijvoorbeeld de overstromingen in Engeland zetten mensen aan het denken: het kan ook hier mis gaan. Of als in de regio wordt gewerkt aan dijkversterkingen.

Positioneren: Verbinding en samenwerking

- [Overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl) geeft informatie op postcodeniveau. Veel landelijke en regionale partners maken er gebruik van, dat draagt bij aan de herkenbaarheid voor burgers. Je kunt het regionale handelingsperspectief als extra communiceren.
- Je kunt herkenbaar vanuit je eigen regio of organisatie communiceren en daarbinnen de middelen uit de toolbox van Ons Water (...als Ons Water stijgt..) gebruiken.

Meerjarige aanpak: lange adem

- Om het risicobewustzijn en zelfredzaamheid te bevorderen is lange adem nodig, we moeten blijven prikkelen. Dat kan bijvoorbeeld door op de actualiteit aan te sluiten.
- Elk jaar worden middelen tegen licht gehouden en indien nodig aangepast of vernieuwd of nieuwe middelen ingezet.
- Het onderzoek Waterpeil geeft inzicht in stand van zaken risicobewustzijn en zelfredzaamheid.

Voor de uitgebreide strategie Ons Water en de koers voor 2016, zie 'Ons Water is overall, strategie en marketingaanpak communicatieprogramma Ons Water in 2016').

Strategie specifieke doelgroepen en samenredzaamheid

Regio's met overstromingsrisico's

- De informatie is op postcodeniveau, dus is regionaal beschikbaar.
- Voeg een algemeen regionaal beeld toe evenals de overstromingsscenario's en evacuateroutes.
- Veiligheidsregio's weten zelf als geen ander hoe ze eigen doelgroepen kunnen benaderen, hebben ook regionale informatie. Dit kun je ook gebruiken om de samenredzaamheid in jouw regio vorm te geven.
- Ook in onderzoek Waterpeil zijn negen overstromingsgebieden meegenomen

Samenredzaamheid: Niet-zelfredzamen

- Zorg met de partners uit je regio voor een aanpak niet-zelfredzamen. Samen hebben jullie het beste zicht op wie je wilt bereiken en hoe je dat doet.
- Neem samenredzaamheid mee in je boodschappen. Burgers moeten elkaar helpen.
- **Overstroomik.nl** maakt bezoekers attent op de zorg voor anderen. Uit usabilityonderzoek bleek dat dit beroep op solidariteit werd gewaardeerd. Gebruik dit dus in je communicatie.

Tip

Veiligheidsregio Utrecht heeft het project stimulerende preventie opgericht. Dat is een samenwerking tussen GHOR en brandweer waarbij aandacht is voor zorginstellingen en recreatiebedrijven. Hoe kunnen ze omgaan met natuurbranden of overstromingen. Omdat evacueren nu eenmaal niet altijd mogelijk is. Onderzoek of ook jouw organisatie een dergelijk project/programma kent en sluit daarbij aan.

Samenredzaamheid: Kinderen 8-12 jaar en jeugd en jongeren 13-18 jaar

Uit ervaring (in Nederland en de VS) is bekend dat kinderen het belang snappen van nadenken over veiligheid en het leuk vinden om erover na te denken. Ze nemen het ook mee naar huis. Door kinderen te attenderen op overstromingen, worden ook de ouders en grootouders bereikt. Dit bevordert het nadenken over het eigen handelingsperspectief en de zorg voor oudere familieleden, ouderen in de buurt of mensen met een beperking. Er zijn al veel initiatieven ontplooid waar jij op kunt inhaken. Dat zorgt voor nog meer effect.

- Via onderwijs in samenwerking met KNAG bereikt Ons **overstroomik.nl** het voortgezet onderwijs.
- Lespakketten voor basisonderwijs, beschikbaar via Ons Water.
- Educatieve activiteiten en in musea (samenwerking met Ons Water, specifiek overstromingsdreiging

4. Welke middelen kun je inzetten in niveau 1?

4.1 Eigen middelen

- Print en online.
 - Een voorbeeld is de folder bij waterschapsbelasting waarin wordt verwezen naar [overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl).
 - Je kunt op je eigen website een plaats inruimen voor overstromingen.
 - Ook kun je er de widget naar [overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl) plaatsen.
- Inspringen op actualiteit met twitter, facebook, website.

4.2 Middelen die jij kunt gebruiken uit de toolbox Ons Water

De kernboodschappen en communicatiemiddelen zijn getest bij de doelgroep algemeen publiek 18-80 jaar.

1. [Overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl) en app (widgets in toolbox).

Toets je postcode in en kijk hoe hoog het water bij jou in de buurt kan komen en wat je dan kunt doen. Op de website vind je verder droge plekken in jouw buurt, wat je kunt verwachten bij een grote overstroming en tips voor blijven en weggaan.

2. Landelijke kaart met informatie over overstromingen en evacuatie (drukbestand in toolbox)

De inhoudelijke kant van de kaart geeft inzicht in blijven/weggaan en geeft handelingsperspectief. De omstandigheden bij een overstroming staan toegelicht evenals het aangepaste inrichting en gebruik van de snelweg. Op de geografische binnenkant staat een schematische kaart met evacuatierichtingen uitgewerkt. Uit een pilot blijkt dat 88% de kaart wil ontvangen, 65% hem waardeert met een 8 of hoger en 85% hem zou bewaren. Wel vindt men de kaart nog beter als die specifieke informatie over de regio zou bevatten. Je kunt de kaart dus goed inzetten in jouw communicatie.

3. Dummy regionale kaart met informatie over overstromingen en evacuatie (vormgevingsbestand in toolbox)

Of maak zelf een regiokaart. Deze dummy bevat een aantal vaste elementen die ook op de landelijke kaart staan. Het belangrijkste is dat je regio specifieke informatie kunt plaatsen. Uit de pilot naar de landelijke kaart weten we dat mensen daar behoefte aan hebben.

4. [Overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl), the movie (1,20 minuut)

Een wake-up call dat het ook hier mis kan gaan. Roept mensen op naar [overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl) te gaan. Je kunt het filmpje inzetten voor publiek en professionals.

5. In de toolbox van Ons Water zijn verder beschikbaar:

- Kernboodschap
- Widgets [overstroomik.nl](https://www.overstroomik.nl). Deze kun je op je eigen site plaatsen. Bezoekers kunnen hun adres of postcode intikken en zien dan hoe hoog het water bij hen komt. Er zijn vier varianten.
- Infographics over evacuatie. Je kunt ze gebruiken in je eigen communicatiemiddelen of ter beschikking stellen aan journalisten als ze illustratiemateriaal nodig hebben. Ook kun je ze inzetten bij presentaties voor of bijeenkomsten met professionals.



- Flyers (drukbestand). Deze kun je uitdelen bij evenementen of als je de zolder inzet.
- Zolder en evacuatiespel. De zolder met evacuatiespel kan ingezet worden bij evenementen, vaak in combinatie met de blokken van Ons Water. Bij de zolder hoort ook een factsheet met foto's en spelregels.
- Blokken Ons Water
- Uitleg over de huisstijl Ons Water
- Banners: als Ons Water stijgt

De toolbox is beschikbaar voor alle (water)partners en kun je benaderen door:

Ga naar www.onswater.nl/toolbox

Inlog: waterpartner

Wachtwoord: onswater

Zie de bijlage voor een uitvoerige beschrijving van alle middelen.

Tip: Shop bij de burens

Ook collega's hebben vaak middelen die jij kunt inzetten. De VR IJsselland heeft een filmpje gemaakt. https://youtube/QBR1W5dZ_fk. Kijk verder op Kennisplein IFV voor leuke en inspirerende voorbeelden.

5. Onderzoek: Gezamenlijke inspanning in Waterpeil en testen van middelen

Waterpeil: risicobewustzijn en zelfredzaamheid

Het onderzoek van Ons Water Waterpeil onderzoekt tot en met 2018 elk jaar het risicobewustzijn en de zelfredzaamheid van Nederlanders. Dit onderzoek wordt aangeboden aan de Tweede Kamer. Voor het onderzoek is ook een uitsplitsing naar regio's (negen overstromingsgebieden) beschikbaar. Dat betekent dat niet elke regio dit zelf apart hoeft op te tuigen.

Tip: Waterpeil

Gebruik Waterpeil, het gezamenlijke onderzoek van de waterpartners. Dat scheelt tijd, geld en energie die je kunt inzetten voor je communicatie.

Communicatiemiddelen

Alle middelen in de toolbox Ons Water zijn getest. Mocht je zelf middelen willen testen? Laat je inspireren door deze voorbeelden.

- Kwalitatief **onderzoek** landelijke kaart
- Kwantitatief **pilot** landelijke kaart





Niveau 2, 3
en 4 Alerteren,
waarschuwen
en alarmeren:
handelingsperspectief!

V

Niveau 2, 3 en 4 Alerteren, waarschuwen en alarmeren: handelingsperspectief!

Alerteren

Er is sprake van een overstroming elders, die vergelijkbaar is met wat hier zou kunnen gebeuren. Bijvoorbeeld als het water in Duitsland stijgt en daar een overstroming dreigt. Het onderwerp is actueel, men is ontvankelijk voor de boodschap. Haak aan bij het moment!

Waarschuwen

Er is sprake van een serieuze dreiging. Bijvoorbeeld door hevige regen in bovenstroom van de rivieren of er is springtij en een noordwesterstorm. Aanzet tot voorbereidende actie nodig.

Alarmeren

Er is sprake van een actuele dreiging, bijvoorbeeld extreem hoogwater of falen van de waterkering. Veiligheidsregio geeft crisisinformatie en handelingsperspectief.

We behandelen deze niveaus samen omdat ze vaak in elkaar overlopen.

Bij een acute dreiging weten we beter waar en hoe hoog het water echt komt en wie dus wordt getroffen. Maar de tijd is ook weer kort om iedereen grondig te informeren. Daarom is risicocommunicatie op niveau 1 zo belangrijk. Mensen die weten dat er een kans is op een overstroming in hun buurt en weten wat ze moeten doen, zijn beter voorbereid. Mensen zullen bij een acute dreiging dan ook eerder op zoek gaan naar informatie en de urgentie voelen zich voor te bereiden. Als je samen met de partners goed hebt ingezet op risicocommunicatie, ben je als professional ook beter voorbereid als het echt een keer mis gaat!

1. Verbinding: bel meteen je partners

Communiceren bij een daadwerkelijke dreigende overstroming gaat beter als je het samen met je partners doet:

- Zoek meteen contact met de belangrijke contactpersonen bij jouw partnerorganisaties in de regio, de aangrenzende regio's en jouw contactpersonen bij NCTV en IenM/Rijkswaterstaat.
- Doe dat ook met jouw contacten bij grote bedrijven, instellingen en koepelorganisaties.
- Zorg voor een digitaal platform waarop je informatie kunt delen en kunt afstemmen, denk aan een website, een community, een whatsapp groep.
- Check samen de lijst met deskundigen die je kunt inzetten voor woordvoering.

2. Communicatiedoel: Beperking van onrust, duiding geven en informeren over 'wat te doen'

Goed geïnformeerde mensen weten hoe zij moeten handelen. Dat is het communicatiedoel van de waarschuwende fase.

In de alarmerende fase is het belangrijkste doel slachtoffers en schade te voorkomen door handelingsperspectief te bieden. Het communicatiedoel draagt daaraan bij: duiding geven aan wat er gebeurt en informeren over het handelingsperspectief.

3. Kernboodschap: het gaat mis, dit moet u doen!

In niveau 1 (informeren) heb je een regiospecifieke boodschap gebruikt. De doelgroep kan al weten wat mogelijke dreigingen zijn en wat ze dan moeten doen. Bijvoorbeeld: 'In mijn buurt komt het water 2 meter hoog. Omdat hier veel mensen wonen, kunnen we niet allemaal weg. Ik moet me dus voorbereiden om een droge plek thuis of in de buurt te zoeken en me enige tijd zelf zien te redden.'

Bij een serieuze en acute dreiging herhaal je de boodschap en geef je een actueel beeld. Zorg ervoor dat je boodschap geen tegenstrijdige informatie geeft met wat je eerder hebt gecommuniceerd. De boodschap is specifiek en moet altijd relevant zijn voor ieders persoonlijke situatie.

Kernboodschap alerteren

Sluit aan bij de actualiteit. Gebruik overstromingen en wateroverlast in bijvoorbeeld Engeland en Duitsland om burgers alert te maken op de risico's van overstromingen en hoe zij zich hierop kunnen voorbereiden.

Kernboodschap waarschuwing

Bij een serieuze dreiging kan als waarschuwing een melding worden verstuurd:

<Tijd> kan <gebied x> overstromen. Houd de berichtgeving op <media> in de gaten voor actuele informatie en wat u moet doen.

Kernboodschap alarmering

Formuleer de boodschap op basis van de evacuatiescenario's en de actuele gegevens van de VR.

- Schets wat er aan de hand is: welke gebieden gaan wanneer overstromen: op postcodeniveau of wijkniveau.
- Bied een zo concreet mogelijk handelingsperspectief: als u weggaat volgt u route x of als u blijft denk dan aan....
- Weet je al wanneer mensen weer terug kunnen keren, geef dit dan in de boodschap aan. Geef ook aan wat zij bij terugkeer kunnen verwachten: schade, leefbaarheid e.d. Ook als mensen per gebied terug kunnen, leg dan uit waarom de een wel en de ander niet. Blijf mensen informeren ook tijdens de terugkeerfase.
- Neem de samenredzaamheid mee: denk aan anderen.
- Meld wat nu nog onzeker is.

- Houd de boodschap kort en feitelijk.
- Zorg voor achtergrondinformatie.
- Zorg voor beeldmateriaal, ook voor de media.

4. Strategie: Actief, persoonlijk relevante boodschap met handelingsperspectief, gebruik elkaars kracht, sluit aan op **crisis.nl** en wees voorbereid op stroomuitval...

Actief

- Communiceer actief richting publiek en pers, zo houd je de regie in handen.
- Communiceer onzekerheden, maar geef wel procesinformatie.
- Zorg voor communicatiemiddelen die werken als de stroom uitvalt.

Inhoudelijk

- Formuleer een korte kernboodschap en geef aan waar meer informatie is te vinden (ook als de stroom uitvalt).
- Zorg voor concrete informatie wat mensen moeten doen (schadebeperking)
- Geef duiding (betekenisgeving)
- Communiceer actueel, transparant en eenduidig.
- Zet alle kanalen in, ook die van partners.
- Maak woordvoeringslijnen en Q en A (zowel voor pers als publiek).
- Gebruik de omgevingsanalyse om je boodschappen en strategie aan te scherpen.
- Neem in je boodschap samenredzaamheid mee. Van burgers wordt verwacht dat ze zich zelf in veiligheid brengen en ze elkaar helpen.

Persoonlijk en samen

- Informatie op maat, wat gebeurt er in mijn buurt/stad/regio?
- Handelingsperspectief meegeven, wat kan ik doen, wat betekent het als ik blijf of wegga?
- Denk met name aan bijzondere doelgroepen zoals boeren, bedrijven en instellingen.
- Maak gebruik van sociaal gedrag. Mensen zijn geneigd te doen wat anderen in hun omgeving doen. Bij evacueren: toon beelden of vertel verhalen van vertrekkende mensen. Bij blijven: laat mensen zien die zich voorbereiden op een verblijf in het bedreigde gebied.
- Samenredzaamheid: maak gebruik van verhalen en beelden waarin mensen elkaar helpen.

Positioneren: Verbinding en samenwerking

- Communiceer vanuit een voor burgers herkenbare afzender, bijvoorbeeld de burgemeester, en gebruik een herkenbaar platform, in Zeeland wordt bijvoorbeeld de website Zeeland Veilig gebruikt.
- Stem kernboodschappen, woordvoeringslijnen en Q en A af met je partners.
- Spreek af wie waar over communiceert.
- Bespreek hoe je elkaar kunt versterken, door berichten door te plaatsen of te verwijzen.



5. Welke middelen kun je inzetten in niveau 3 en 4?

5.1 Als er (nog) stroom is...

- Eigen middelen
 - Persberichten/statements, persconferenties, mediagesprekken en aanbieden interviews
 - Twitter (voor initiële meldingen en verwijzingen) en facebook (nice to know informatie). Dit zijn interactieve media, zorg dus voor webcare.
 - Website: nieuwsberichten, dossier, een liveblog (houd die dan ook echt actueel)
 - Publieksinformatienummer
- NL-Alert, werkt in getroffen gebied. (zie website NCTV)
- **Crisis.nl** (zie website NCTV)
- Publieksinformatienummer NCC 0800-1351 voor acute fase (zie website NCTV)
- Borden boven snelwegen bij evacuatie (in samenwerking met Rijkswaterstaat)

5.2 Als er geen stroom meer is....

- Rampenzender (via autoradio of radio op batterijen)
- Radiozendamateurs (stichting DARES)
- Gemeentehuizen, wijkinformatiepunten, buurthuizen, sporthallen
- Geluidswagens (let op laag bereik, als je ze inzet, dan blijven herhalen).
- Persberichten en mediagesprekken. Spreek van tevoren af met de pers waar zij worden verwacht.
- Flyers of bewonersbrieven. Zorg dat je die ergens anders kunt laten maken.
- Hulpdiensten rijden stapvoets in de wijk

Tip: Geen stroom?

Bedenk nu al alternatieven voor als de stroom uitvalt. Op ene andere werkplek of ene andere regio kun je misschien wel gebruik maken van computers, printers etc.

6. Onderzoek: Maak een omgevingsbeeld vooraf en blijf monitoren!

Uit bestaand onderzoek (bijvoorbeeld Waterpeil) is bekend hoe risicobewust en zelfredzaam de inwoners en bedrijven van jouw regio zijn. Dit kun je gebruiken als basis voor je communicatiestrategie. In hoeverre kun je bijvoorbeeld al aansluiten op bestaande kennis.

Permanent monitoren

Maak een analyse van de eerste berichtgeving (internet, radio, tv, sociale media). Zorg voor een permanente monitoring vanaf dit moment.

Schakel een webcareteam in en vraag ze om:

- Analyse van het online medialandschap (nieuwssites, reacties)
- Analyse van sociale media (twitter, facebook, weblogs etc)
- Duiding van de online berichtgeving
- Advies over inzet sociale media.
- Geef aan op welke zoekwoorden kan worden gezocht.
- Maak afspraken over wanneer je nieuwe analyses wilt ontvangen, bijvoorbeeld voor belangrijke vergaderingen.

Zet je een publieksinformatienummer in? Spreek met hen af dat je regelmatig een overzicht ontvangt met de belangrijkste vragen uit het publiek.

Evaluatie

Na een crisis wordt altijd geëvalueerd. Ook de communicatie. Zorg dat je al een format hebt voor de analyse. Een evaluatie gaat onder andere in op de organisatie en rollen, de omgevingsanalyse, de inzet van externe en interne communicatie, samenwerking en geeft conclusies en aanbevelingen.

Tip:

Noteer ook tijdens een crisis punten die niet goed gingen en hoe die zijn opgelost. Deze soms kleine puntjes worden vaak vergeten bij de evaluatie.





Afsluiting:
dynamisch en
verfijnen

V

Afsluiting: dynamisch en verfijnen

IFV beheert de Handreiking Samenredzaamheid Overstromingen. Het is een dynamisch document dat continue wordt aangepast aan actualiteit en verrijkt met bijvoorbeeld best practices. Heb je vragen over de handreiking, stel deze dan aan de waterverantwoordelijke van jouw veiligheidsregio.

Ook de communicatie in jouw regio kan gericht. De komende jaren wordt flink gewerkt aan de handelingsperspectieven. De informatie wordt meer specifiek, dus je kunt je boodschappen verfijnen en nog beter toespitsen op de diverse doelgroepen.





Bijlage

Bijlage 1

Met je collega's van Rijkswaterstaat en de waterschappen aan de slag: gesprekspunten

- Maak kennis met elkaar en spreek de stappen af om de handreiking te implementeren.
- Wissel uit wat iedere organisatie op gebied van water doet.
- Beoordeel of er nog andere partners aan tafel moeten komen (gemeenten, leveranciers van gas, water en licht, reddingsbrigade, Nederlands Rode Kruis (voor het bereiken van mensen in lastig begaanbare gebieden))
- Spreek een rolverdeling in de communicatie af. Wie communiceert per niveau wanneer en waarover. Bepaal de woordvoeringslijnen.
- Ontwikkel gezamenlijk een communicatieboodschap voor de vier fasen. Voor de fase informeren wordt landelijk een eenduidige boodschap ontwikkeld (verspreid via het netwerk RiskCom). Vul deze boodschap aan met regionale informatie over handelingsperspectief en evacuatie routes.
- Sluit bij de communicatieboodschap voor alerteren, waarschuwen en alarmeren altijd zoveel mogelijk aan bij de communicatieboodschap voor informeren. Neem als aanvulling mee dat de aanwijzingen van de hulpdiensten moeten worden opgevolgd.
- Spreek af hoe jullie contact hebben bij dreiging of tijdens een overstroming.



Veiligheids
beraad



Rijksoverheid

 UNIE VAN
WATERSCHAPPEN

SMWO

verder met **ons water**