

Handboek

Voorlichting bij Rampen

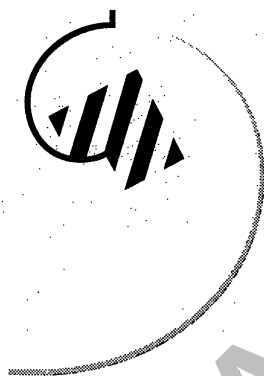


VERVALLEN

Inleiding

Inhoud

- 1.1 Voorlichting: een noodzakelijk sluitstuk**
- 1.2 Voorlichting en wettelijk kader**
- 1.3 Voorlichting en taak van de overheid**
- 1.4 Voorlichting en waarschuwing**



VERVALLEN

VERVALLEN

1.1 Voorlichting: een noodzakelijk sluitstuk

kerntaak	Het behoort van oudsher tot de kerntaken van de overheid om te zorgen voor openbare orde en veiligheid. Er zijn en worden doeltreffende maatregelen genomen om rampen en ernstige incidenten te voorkomen. Hoe klein de kans op een ramp dan ook wordt, uitsluiten is niet mogelijk.
rampenbestrijding	Een doeltreffende rampenbestrijding is dan ook een wezenlijke taak van de overheid.
rampenvoorlichting	Rampenvoorlichting is een noodzakelijk sluitstuk van rampenbestrijding. De ervaring heeft geleerd dat het belangrijk is om het publiek voor te lichten over de mogelijkheden om rampen te voorkomen, te beheersen of te bestrijden. Naarmate de bevolking beter op de hoogte is van de maatregelen die zijn getroffen om rampen te voorkomen en van de maatregelen voor bescherming bij een ramp, zullen na een waarschuwing of alarmering minder slachtoffers vallen. De voorlichting moet van de grond af worden opgebouwd. Uit recent onderzoek van het NIPO en van de Universiteit Twente, dat is opdracht van het ministerie van Binnenlandse Zaken is verricht, blijkt dat de bevolking een gering besef heeft van de gevaren die de huidige samenleving kunnen bedreigen. Men is in het algemeen niet op de hoogte wat men moet doen in geval van een ramp.
risico-besef	
noodzakelijke kennis	De bevolking dient op de hoogte te zijn van de manier waarop alarm wordt geslagen en van eenvoudige veiligheidsmaatregelen die zij zelf kan nemen. De verantwoordelijkheid daarvoor en voor de coördinatie van de acute voorlichting in geval van een ramp ligt in eerste instantie bij de gemeenten.
opschaling	Groeit de rampsituatie uit boven de bestrijdingsmogelijkheden van de betrokken gemeenten of zijn er bovengemeentelijke belangen in het spel, dan kan de coördinatie van de bestrijding worden verlegd. De coördinatie van de voorlichting volgt in principe de coördinatie van de bestrijding van rampen.
koppeling	De feitelijke uitvoering van de bestrijding van de ramp blijft uiteraard op lokaal niveau en onder de directe leiding van de burgemeester.

ontkoppeling Er kan een situatie ontstaan dat de feitelijke koppeling tussen de coördinatie van de rampenbestrijding en de voorlichting moet worden doorbroken. De psychologische en maatschappelijke reikwijdte van een ramp kunnen dat noodzakelijk maken. De coördinatie van de voorlichting wordt in zo'n geval overgedragen aan een hogere bestuursniveau, dan de coördinatie van de feitelijke bestrijding.

1.2 Voorlichting en wettelijk kader

Seveso-richtlijn De Europese richtlijn die het gevolg was van de ramp in Seveso, verplicht de lidstaten hun burgers voor te lichten over de maatregelen die zijn genomen om ernstige calamiteiten te voorkomen of te bestrijden en over de maatregelen die burgers zelf kunnen nemen.

De richtlijn vraagt bedrijven en overheid informatie te verstrekken aan werknemers van risicovolle installaties en aan de bevolking rond die installaties. De informatie voorafgaande aan en tijdens rampen moet met passende tussenpozen worden herhaald en bijgewerkt. Ook voor het publiek.

Informatieplicht Er bestaat een directe samenhang tussen enerzijds het verschaffen van informatie aan de burgers ter voorbereiding en in het geval van een ramp, en anderzijds een goede voorbereiding van rampenbestrijding. Daarom is de regering van plan de informatieplichting in de wet te verscherpen.

Rampenwet De Rampenwet verplicht de overheid nu tot passieve informatie, zoals het openbaar maken van rapporten en plannen.

Het nieuwe artikel 2-a dat de regering in de Rampenwet wil opnemen zou BenW van de gemeente belasten met de zorg voor de bevolking op passende wijze te informeren. Daarmee ontstaat een verplichting om de burgers actief op de inhoud van dergelijke rapporten en plannen attent te maken.

1.3 Voorlichting en taak van de overheid

- regeringsstandpunt** Op 12 april 1990 nam het kabinet een standpunt in over het advies van de commissie Voramp. Een belangrijk onderdeel daarvan was het plan van aanpak voor de voorlichting bij rampen dat door de minister van Binnenlandse Zaken was opgesteld.
- plan van aanpak** Uitgangspunt is dat in eerste instantie de gemeenten de verantwoordelijkheid voor rampenbestrijding en de voorlichting daarover berust bij de gemeentebesturen. De provincies hebben vooral een stimulerende en coördinerende rol.
- taakstelling** De taak van de rijksoverheid is om de plaatselijke overheden in staat te stellen hun werk goed te doen. Het plan van aanpak moet daarin voorzien. In het kader van dat plan wordt onder meer het volgende ondernomen.
- informatiepunt** Vanaf 1 april 1990 is er een informatiepunt bij het ministerie van Binnenlandse Zaken waar voorlichters van gemeenten, provincies en bedrijven terecht kunnen.
Telefoon: 071 - 502 73 33.
- informatiebulletin** Vanaf oktober 1990 verschijnt de nieuwsbrief Alarm, die regelmatig voorlichters en bestuurders van informatie voorziet over rampenvoorlichting in al haar facetten.
- bijeenkomsten** De organisatie van provinciale bijeenkomsten voor bestuurders en voorlichters. Op die bijeenkomsten wordt informatie gegeven over de steun die de rijksoverheid kan bieden bij de opzet en uitwerking van lokale voorlichtingsplannen.
- handboek** De vervaardiging van het Handboek Voorlichting bij Rampen, waarvan dit eerste deel wordt gepresenteerd bij de provinciale bijeenkomsten.
- training** De mogelijkheid wordt geschapen voor bestuurders en voorlichters om zich te trainen in voorlichting aan de bevolking en de media.
- campagne** De noodzaak wordt gezien van een landelijke publiekscampagne.

adviescommissie	Een adviescommissie is in het leven geroepen met bestuurlijke vertegenwoordigers van provincies, gemeenten
klankbordcommissie	en bedrijven en een klankbordcommissie met voorlichters van deze drie instanties. De activiteiten die de rijksoverheid
Voorlichtingsraad	ontplooit worden afgestemd via de Voorlichtingsraad. De directeur Communicatie van het ministerie van
projectbureau	Binnenlandse Zaken heeft de leiding over de uitvoering van het plan van aanpak. Speciaal daarvoor is een projectbureau in het leven geroepen.
nazorg	Er is opdracht gegeven om onderzoek te doen naar voorlichting na afloop van grote calamiteiten en rampen, waarbij de nazorg aan slachtoffers, hun familie en relaties en de bevolking centraal staat. Op basis daarvan zal verder beleid op dit terrein worden ontwikkeld en worden de strategie en de richtlijnen bij voorlichting na afloop bepaald.
Nationaal Voorlichtings Centrum	Voor voorlichting in het geval van een ramp van nationale omvang worden voorlichtingsscenario's gemaakt die in en door het Nationaal Voorlichtingscentrum (NVC) kunnen worden gehanteerd.

1.4 Voorlichting en waarschuwing

- sirenestelsel** Het bestaande sirenestelsel zal worden vervangen door een nieuw modern waarschuwingssysteem, dat is afgestemd op de huidige risico's en dat de mogelijkheid heeft tot selectief gebruik. Uit studies blijkt telkens het grote belang van een snelle waarschuwing van de bevolking bij een dreigende of feitelijke calamiteit. Het aantal slachtoffers en de ernst van eventueel letsel worden daardoor sterk beperkt.
- drie-eenheid** Er is een onverbreekelijke samenhang tussen waarschuwen, een veilige plaats zoeken en behoefte aan verdere informatie. Voorlichting over deze drie-eenheid moet bij de bevolking leiden tot automatisme in gedrag. Snelheid en herkenning spelen daarbij een grote rol.
- vernieuwing** Het bestaande sirenestelsel zal geleidelijk worden vervangen door een nieuw waarschuwingssysteem. Het nieuwe systeem heeft onder meer het voordeel dat het selectiever werkt. Er kunnen kleinere gebieden en regio's mee worden gewaarschuwd dan met het huidige sirenestelsel. Overigens zal het huidige sirenestelsel een rol blijven vervullen tot het nieuwe waarschuwingssysteem geheel operationeel is.

Algemeen stappenplan

Inhoud

2.1	Inleiding
2.2	Schema algemeen stappenplan
2.3	A Instellen bestuurlijk overleg
2.4	B Vaststellen voorlichtingsstrategie
2.5	C Instelling projectgroep
2.6	D Opstellen voorlichtingsplan
2.7	E Keuze doelgebied
2.8	F Verkenning uitgangssituatie
2.9	G Keuze doelgroep(en)
2.10	H Keuze informatiekkanalen
2.10.1	Invulschema informatiekkanalen
2.10.2	Invulschema doelgroepen en activiteiten
2.11	I Vaststellen voorlichtingsplan
2.12	J Opstellen voorlichtingsmateriaal
2.13	K Uitvoering van de campagne
2.14	L Evaluatie van de campagne

VERVALLEN

2.1 Inleiding

Deze handleiding is bedoeld om behulpzaam te zijn bij het maken en uitvoeren van een voorlichtingsplan. Daarmee kan de bevolking bewust worden gemaakt van de risico's die zij loopt bij grote calamiteiten en rampen. Het kan haar tevens duidelijk maken wat in zo'n geval van de bevolking wordt verwacht.

Het initiatief voor de uitvoering van voorlichtingsactiviteiten ligt bij het gemeentebestuur. Zij is verantwoordelijk voor de algemene voorbereiding van de bevolking op rampen.

De handleiding heeft de vorm van een stappenplan. In het stappenplan is sprake van een bestuurlijk overleg en een projectgroep. Uitgangspunt is dat beide ad-hoc overlegcommissies zijn, die verschillen in samenstelling en verantwoordelijkheid.

bestuurlijk overleg

Het bestuurlijk overleg bepaalt de uitgangspunten waaraan de voorlichtingsactiviteit moet voldoen. Het beslist op enkele cruciale punten in het proces.

Ramp situaties beperken zich meestal niet tot de gemeentegreinen. Het lijkt daarom zinvol de algemene rampen voorlichting niet te beperken tot één gemeente.

Gezien de bestuurlijke structuur zou daarvoor aansluiting kunnen worden gezocht bij bijvoorbeeld de brandweer-regio's en vergelijkbare intergemeentelijke regelingen. De provincie kan daarbij een stimulerende rol spelen.

Wel moet men bij intergemeentelijke samenwerking rekening houden met de noodzaak om nuanceringen aan te brengen in het voorlichtingsplan. De situatie in landelijke gebieden verschilt van die in stedelijke omgevingen.

projectgroep voorlichting

De projectgroep voert binnen de gestelde kaders de voorlichtingsactiviteiten uit. In eenvoudige situaties kunnen het bestuurlijk overleg en de projectgroep eventueel worden verenigd in een enkel overleg dat beide functies vervult. Het bestuurlijk overleg geeft de kaders aan waarbinnen de activiteiten moeten plaats hebben en stelt in overleg met de projectgroep de voorlichtingsstrategie vast.

Deze beslissingen bepalen mede welke partijen er bij de activiteiten betrokken moeten worden. Deze partijen kunnen in de projectgroep zitting hebben dan wel door de projectgroep worden gehoord.

initiatiefnemer(s) Het initiatief voor het uitvoeren van voorlichtingsactiviteiten gaat uit van het gemeentebestuur. Zij is verantwoordelijk voor de algemene voorbereiding van de bevolking op rampen. De provincie kan een stimulerende rol spelen. De rijksoverheid kan ondersteuning verlenen door deskundigheid en door het beschikbaar stellen van voorlichtingsmateriaal (brochure e.d.) dat na aanpassing aan de plaatselijke situatie gebruikt kan worden. In 1992 komt wellicht een landelijke publiekscampagne beschikbaar naar verwachting gebruik worden gemaakt van onder meer t.v.-spots en advertenties in dag- en weekbladen.

taak projectgroep De projectgroep voert het leeuwedeel van de activiteiten uit. De taken omvatten:

- het opstellen van het voorlichtingsplan;
- het opstellen van een begroting en het bewaken van de kosten van de campagne;
- het vervaardigen van het voorlichtingsmateriaal;
- de uitvoering van de campagne;
- de evaluatie van de campagne.

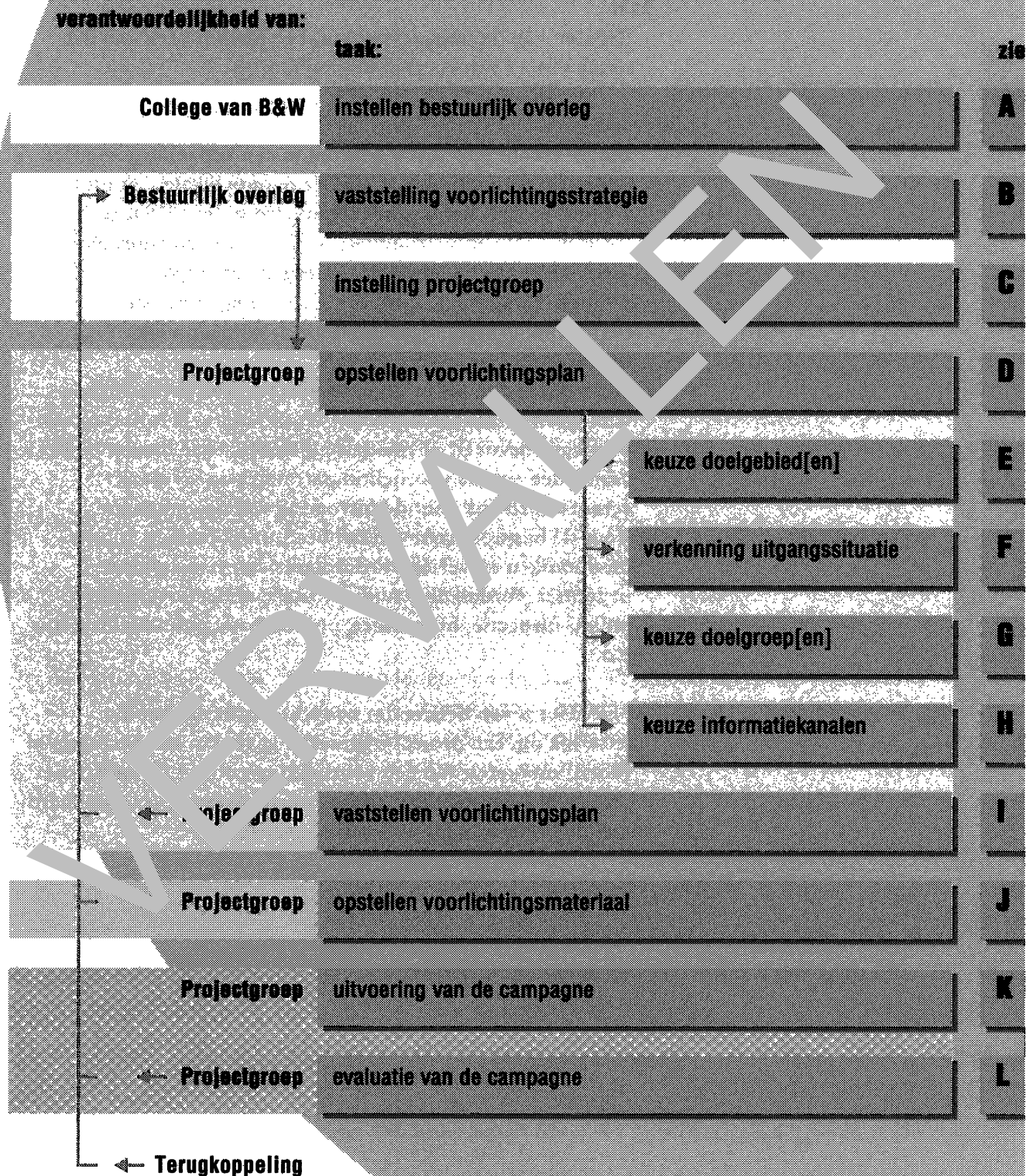
Na elke stap komt de projectgroep terug naar het bestuurlijk overleg.

schema stappenplan De verschillende stappen zijn op de volgende bladzijde in schema weergegeven:

- instellen bestuurlijk overleg;
- activiteiten bestuurlijk overleg;
- opstellen voorlichtingsplan;
- opstellen voorlichtingsmateriaal;
- uitvoering/evaluatie campagne.

De plaats van een bepaalde activiteit binnen een stap is steeds aangegeven in een klein schema linksboven op de desbetreffende pagina.

2.2 Schema stappenplan



A**Instellen bestuurlijk overleg****Doel**

Bepalen van de uitgangspunten, beleid en doelen van het totale proces van voorlichting bij rampen.

Uitvoering

Indien ervoor gekozen wordt om in een bepaalde gemeente een eigen voorlichtingscampagne te ontwikkelen en uit te voeren, bestaat het bestuurlijk overleg uit het College van Burgemeester en Wethouders, of een vertegenwoordiging uit het College. In het geval van intergemeentelijke samenwerking bij de rampenvoorlichting, wordt het bestuurlijk overleg ingesteld door de gemeentelijke overheden.

Het bestaat dan uit vertegenwoordigers van de betrokken Colleges van Burgemeester en Wethouders. Het bestuurlijk overleg is bevoegd de noodzakelijke keuzes te maken bij het vaststellen van de voorlichtingsstrategie en is tevens verantwoordelijk voor de uitvoering van de campagne.

Voor de besprekingen van het bestuurlijk overleg kunnen deskundigen en vertegenwoordigers van verschillende instanties worden uitgenodigd, zoals: andere overheden, milieuspectie, brandweer, politie, basisgezondheidsdienst e.d.

N.B. Het is van belang dat bedacht wordt dat het hier uitsluitend om een projectorganisatie gaat voor het besturen en (doen) uitvoeren van een voorlichtingsproject. Wanneer het project is afgerond, kan het bestuurlijk overleg - en uiteraard ook de projectgroep - worden opgeheven.

B**Vaststellen voorlichtingsstrategie****Doel**

Vaststellen van de hoofdlijnen en randvoorwaarden van de voorlichtingscampagne.

Uitvoering

Het bestuurlijk overleg stelt de doelstelling van de campagne vast. Deze doelstelling vormt de basis van de voorlichtingsstrategie.

doelstelling

Het doel van de voorlichtingscampagne is te zorgen dat de bevolking adequaat handelt bij rampsituaties. Mensen die aan risico's zijn blootgesteld moeten in staat worden gesteld zelf in voorkomende gevallen schade te voorkomen of te verminderen.

De doelstellingen van de voorlichtingscampagne zijn dan ook:

- vergroten van kennis over en inzicht bij de bevolking in risicodragende activiteiten;
- uitdragen van zorgzaamheid van beleid, het scheppen van vertrouwen;
- zorgen dat de bevolking adequaat handelt in rampsituaties.

opstellen strategie

Bij het vaststellen van een voorlichtingsstrategie dient een aantal keuzes gemaakt te worden. Keuzes over:

- het gebied;
- de deelnemers;
- de verantwoordelijkheid;
- het tijdstip;
- de evaluatie;
- de financiën.

gebied

De campagne zal in ieder geval gericht moeten worden op de gehele bevolking in één gemeente, of - ingeval van samenwerking - van meer gemeentes.

Daarbij staat men voor de volgende keuze:

- een gezamenlijke campagne van de betrokken gemeenten;
- een campagne per gemeente;
- één gemeente organiseert en voert de campagne uit in overleg met de andere betrokken gemeenten.

de deelnemers

Wie worden verder betrokken bij het bestuurlijk overleg resp. de projectgroep en op welke wijze?

Provincie, regionale diensten, bewoners, milieu-organisaties, bedrijven, brandweer, politie, gezondheidsdienst?

verantwoordelijkheid	Bij wie ligt de verantwoordelijkheid voor de coördinatie?																														
tijdstip campagne	Uit de praktijk is gebleken dat afhankelijk van de aanwezigheid van informatie de tijd tussen start van het overleg en de afronding van de campagne tussen de drie tot acht maanden bedraagt. Op welk tijdstip wordt de campagne gehouden? Maand ..., jaar ...																														
evaluatie	Evaluatie is gewenst (zie ook L). Mogelijkheden zijn: • een beperkte kwalitatieve evaluatie via een verzameling indrukken op basis van enkele gesprekken met mensen uit de doelgroep; • een beknopte enquête van de afloop van de campagne; • een kwantitatieve effectmeting via een enquête voor én na de campagne.																														
financiën	Er moeten besluiten worden genomen over de financiële randvoorwaarden en de verdeling van de kosten tussen de overheden. De kosten zijn sterk afhankelijk van de gekozen voorlichtingsactiviteiten en de opzet en uitvoering van het voorlichtingsmateriaal. De volgende opstelling geeft een indicatie van de kosten van een dergelijke campagne: <table><tr><td colspan="3">Personele kosten</td></tr><tr><td>• 3 bijeenkomsten bestuurlijk overleg incl. voorbereiding</td><td></td><td>2,5 werkdagen</td></tr><tr><td>• 5 bijeenkomsten projectgroep incl. voorbereiding</td><td></td><td>15 werkdagen</td></tr><tr><td>• evaluatie 1,</td><td></td><td>5 werkdagen</td></tr><tr><td>• persbijeenkomst incl. voorbereiding</td><td></td><td>1,5 werkdagen</td></tr><tr><td>• informatie-avond incl. voorbereiding</td><td></td><td>2,5 werkdagen</td></tr><tr><td colspan="3">Materiële kosten</td></tr><tr><td>• geplastificeerde kaart</td><td></td><td>f</td></tr><tr><td>• drukken ander materiaal</td><td></td><td>f</td></tr><tr><td>• huis-aan-huis verspreiding</td><td></td><td>f</td></tr></table>	Personele kosten			• 3 bijeenkomsten bestuurlijk overleg incl. voorbereiding		2,5 werkdagen	• 5 bijeenkomsten projectgroep incl. voorbereiding		15 werkdagen	• evaluatie 1,		5 werkdagen	• persbijeenkomst incl. voorbereiding		1,5 werkdagen	• informatie-avond incl. voorbereiding		2,5 werkdagen	Materiële kosten			• geplastificeerde kaart		f	• drukken ander materiaal		f	• huis-aan-huis verspreiding		f
Personele kosten																															
• 3 bijeenkomsten bestuurlijk overleg incl. voorbereiding		2,5 werkdagen																													
• 5 bijeenkomsten projectgroep incl. voorbereiding		15 werkdagen																													
• evaluatie 1,		5 werkdagen																													
• persbijeenkomst incl. voorbereiding		1,5 werkdagen																													
• informatie-avond incl. voorbereiding		2,5 werkdagen																													
Materiële kosten																															
• geplastificeerde kaart		f																													
• drukken ander materiaal		f																													
• huis-aan-huis verspreiding		f																													

Ter vergelijking:

De voorlichtingscampagne in Hengelo (okt. '89) heeft een bedrag van 200.000 gulden geveerd aan directe kosten (incl. videofilm). Hengelo telt ca. 35.000 postadressen.

De voorlichtingscampagne in Rotterdam heeft ca. f 500.000 gekost. Dat betreft de kosten voor de ontwikkeling en productie van 275.000 huis-aan-huis gesprekken.

Dat is inclusief bijkomende advertentiekosten, maar exclusief een videofilm.

Tijdschema

Een globaal tijdschema voor het vaststellen van de voorlichtingsstrategie

maand	activiteit	verantwoordelijkheid
0	start overleg gemeente	College(s) van B&W
1	start projectgroep voorstel voorlichtingsstrategie vaststellen	College(s) van B&W
	voorlichtingsstrategie vaststellen	projectgroep
	voorlichtingsstrategie	bestuurlijk overleg
2/3/4	keuze doelgebied	projectgroep
	keuze (sub-)doelgroep(en)	projectgroep
	keuze informatiekanalen	projectgroep
	opstellen voorlichtingsplan	projectgroep
	vaststellen voorlichtingsplan	bestuurlijk overleg
5/6	opstellen voorlichtingsmateriaal	projectgroep
7/8	uitvoering campagne	projectgroep
	evaluatie campagne	projectgroep
	aanvullende activiteiten	gemeentelijke overheid



Instelling projectgroep

Doel

De projectgroep wordt ingesteld door het bestuurlijk overleg en krijgt als taak de voorbereiding en uitvoering van de voorlichtingscampagne.

Uitvoering

In de projectgroep zullen naast de mensen met de noodzakelijke deskundigheid (voorlichting, rampenbestrijding) ook de diverse overheden (andere gemeenten, provincie, milieu-inspectie e.d.) participeren. Het verdient daarnaast aanbeveling om vertegenwoordigers van het bedrijfsleven en van het onderwijs in de projectgroep op te nemen. Een vertegenwoordiger van het bedrijfsleven is uitermate wenselijk, indien er duidelijk risicovolle objecten in de gemeente zijn. De samenstelling zal afhankelijk zijn van de gekozen voorlichtingsstrategie en het kader waarbinnen de campagne zal plaatsvinden.

De betrokken gemeente(n) stellen een notitie op waarin de in subparagraaf 2.5.1 vermelde informatie wordt verwerkt.

**Samenstelling projectgroep
coördinator**

2.5.1

naam

functie

telefoon

naam

functie

telefoon

Vertegenwoordiging gemeente(n)

naam

functie

telefoon

naam

functie

telefoon

naam

functie

telefoon

**Andere instantie (provincie, regio, bewoners,
milieu-inspectie, bedrijfsleven, onderwijs, enz)**

naam

functie

telefoon

naam

functie

telefoon

naam

functie

telefoon

Overzicht overheidsinstellingen

Zijn er meerdere gemeenten bij de campagne betrokken ? Zo ja, dan is informatie ten aanzien van alle betrokken gemeenten nodig. Ondermeer wie vergunningverlener is voor risicovolle activiteiten.

gegevens gemeente

naam

adres

telefoon

verantwoordelijke bestuurder

naam

functie

telefoon

verantwoordelijke ambtenaar

naam

functie

telefoon

ambtenaar voorlichting

naam

functie

telefoon

ambtenaar ramp bestrijding

naam

functie

telefoon

ambtenaar milieu

naam

functie

telefoon

Andere overheidsinstellingen

milieu-inspectie

naam

telefoon

regionale brandweer

naam

telefoon

provincie (ambtenaar rampbestrijding, voorlichting, milieu)

naam

telefoon

bedrijfsleven (directeur, voorlichter, veiligheidsfunctionaris)

naam

telefoon

onderwijs (directeuren)

naam

telefoon

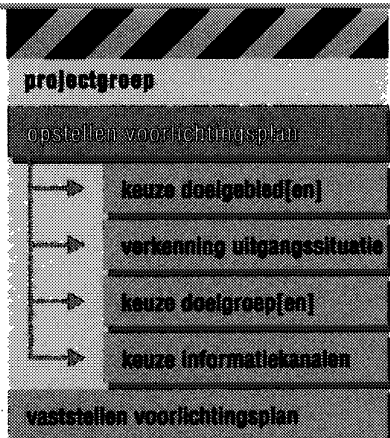
Gegevens rampbestrijding

rampenplan Is er een gemeentelijk rampenplan ?

rampbestrijdingsplan Zijn er rampbestrijdingsplannen voor de risicodragende bedrijven en instellingen ? Is er sprake van een Integrale Milieuzonering (IMZ), waarin deze bedrijven/instellingen zijn opgenomen ?

risico's Wat zijn de belangrijkste risico's voor de omgeving ?

alarmering Hoe worden de mensen gealarmeerd in het geval van een calamiteit ?
Is hiermee iedereen in het doelgebied bereikbaar ?
Is wel/geen selectieve alarmering mogelijk ?
Hoe worden de mensen na de eerste alarmering geïnformeerd tijdens de rampsituatie ?



Opstellen voorlichtingsplan

Doel

Een rampenvoorlichtingscampagne is een ingewikkeld proces. Voor het slagen van de campagne is een goede beschrijving van de mogelijke reacties c.q. houding van de inwoners ten aanzien van de risico's en rampbestrijding essentieel.

Om een dergelijk proces goed te laten verlopen is het noodzakelijk in alle stappen van het proces.

Het voorlichtingsplan moet dit overzicht geven en dient tevens om het bestuurlijk overleg te informeren over de gemaakte keuzes, een summier weergave van de boodschap en de opzet van de campagne.

Uitvoering

Het voorlichtingsplan wordt opgesteld door de projectgroep. Het voorlichtingsplan bevat:

- de doelstellingen van de voorlichtingscampagne;
- in het kort de keuze van de doelgroep;
- een overzicht van de voorlichtingsactiviteiten;
- de verschillende procedurele afspraken.

Stapen E t/m I moeten de noodzakelijke informatie opleveren voor het opstellen van het voorlichtingsplan.

Op het voorlichtingsplan moet aandacht worden besteed aan de evaluatie.

Voorpubliciteit

Al in deze fase moet niet-consistente berichtgeving via de media worden voorkomen. Het is noodzakelijk om de media aan het begin van het proces te informeren over de voorgenomen campagne en de voorbereidingen die daaraan vooraf gaan. Deze berichtgeving moet feitelijke informatie bevatten over de voorgenomen activiteiten en moet antwoord geven op de vragen die de pers kan stellen en waarop het publiek ook antwoord verwacht:

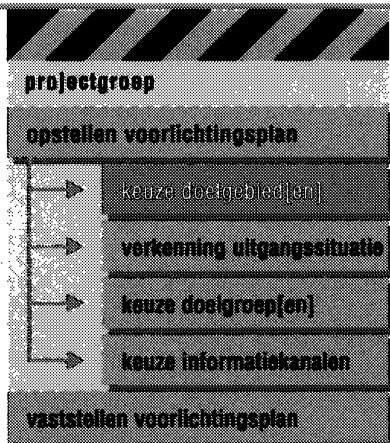
- wat gaat er gebeuren;
- door wie gaat het gebeuren;
- wanneer gaat het gebeuren;
- waarom gaat het gebeuren;
- in welk gebied (welke gemeenten) gaat het gebeuren.

Niet-consistente berichtgeving kan worden voorkomen door duidelijk af te spreken wie woordvoerders zijn en op welke wijze zij op vragen zullen reageren.

Om die reden zal de persinformatie toegestuurd moeten worden aan al diegenen die bij de opzet van de campagne betrokken zijn. Daarbij moet de afspraak worden gemaakt dat alleen deze informatie wordt verstrekt.

VERVALLEN





Keuze doelgebied

Doel

Afbakenen van het gebied waarop de voorlichtingscampagne gericht zal gaan worden.

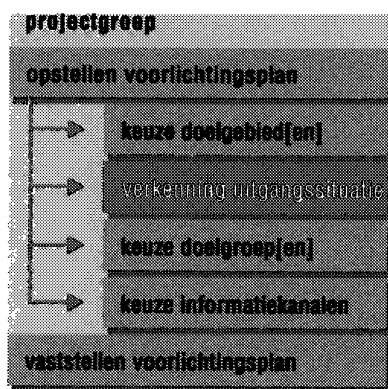
Uitvoering

Het gaat hierbij om de vraag, of de campagne zich beperkt tot één gemeente (of een deel ervan) dan wel zich over meerdere gemeenten uitstrekt.

Bij het vaststellen hiervan kan rekening worden gehouden met overeenkomsten/verschillen t.a.v. de volgende aspecten:

- woonsituatie;
- transportroute gevaarlijke stoffen;
- geluidshinder;
- nabijheid afvalverwerking/-stort;
- aanwezigheid van bedrijven die op grond van de Post Seveso-richtlijn een Exten veiligheid rapport (EVR) moeten hebben;
- Integrale Milieuzoeking (IMZ): is er sprake van een IMZ waarin de diverse vormen van hinder cumulatief in kaart zijn gebracht.

N.B. Het is aan te bevelen dat de projectgroep beschikt over een goede, recente geografische kaart van de omgeving, huisnummerkaarten en statistische gegevens.



F Verkenning uitgangssituatie

Doel

Inzicht te verkrijgen in de kenmerken van het doelgebied en de mensen voor wie de informatie is bestemd. Dat is nodig voor een goede afstemming van de wijze van informatieverstrekking op de doelgroep.

Uitvoering

De gegevens over de uitgangssituatie van de betrokken bewoners kunnen verkregen worden via de aanwezige kennis bij de deelnemers. Ze kunnen eventueel worden aangevuld via gesprekken met vertegenwoordigers van de zogenaamde intermediaire kaders (zie 2.9) en/of bestuurders.

Algemene gegevens doelgebied

aantal adressen

- samenstelling bevolking •
- Geografische gegevens;
 - opleidingsniveau;
 - leeftijd;
 - belangrijke allochtone groepen.

- objecten • Welke bijzondere objecten (scholen, kerken, ziekenhuizen, verzorgingshuizen, buurthuizen) bevinden zich in het doelgebied?

- bedrijven • Welke risicodragende bedrijven zijn gevestigd in het doelgebied?

- aanwezige kennis bij de doelgroep • Is er al eerder informatie (risico-informatie-/rampenvoorlichting) verstrekt?
Zo ja, welke informatie en wanneer.

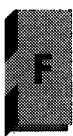
- voorlichting bedrijven • Hebben bedrijven in het doelgebied al eerder voorlichtingsactiviteiten uitgevoerd? (bijv. in kader van aanvragen van een milieuvergunning, open dagen, o.i.d.)

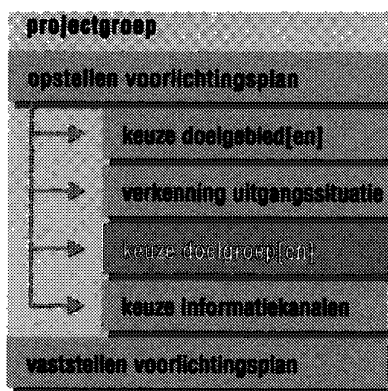
- kennis doelgroep • Wat is de huidige kennis over rampenbestrijding bij de doelgroep?

Algemeen stappenplan

- verhouding met doelgroep •** Verhouding gemeente-bewoners (goed/slecht?)
- problemen met doelgroep •** Zijn er recente problemen/conflicten geweest, die de verhouding hebben beïnvloed?
- actiegroepen •** Zijn er actieve actiegroepen o.i.d. t.a.v. gemeentel., milieu- resp. veiligheidsbeleid?

VERVALLEN





2
Algemeen stappenplan

2.9

G Keuze doelgroep(en)

Doel

Versterken van de effectiviteit van de boodschap. Als duidelijk blijkt dat er rekening wordt gehouden met de verschillende doelgroepen, kan dit de overdracht van de boodschap verbeteren. Het kan tevens misverstanden voorkomen.

Uitvoering

Door het opstellen van een overzicht van de sociale structuur van het doelgebied kan de noodzakelijke informatie worden verkregen. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de onder F aanwezige informatie, de geografische kaart en eventueel aanvullende informatie door gesprekken met organisaties/personen die voor hun positie goed geïnformeerd zijn over de situatie van de doelgroep (de zgn. intermediaire kaders).

Doelgroepen

De doelgroep omvat de gehele bevolking in één of meer gemeenten. Binnen deze groep zijn enkele sub-groepen aan te geven die bijzondere aandacht vragen.

Etnische minderheden kunnen een belangrijke sub-groep vormen. Het kan noodzakelijk zijn om het voorlichtingsmateriaal, specifiek de ramp-instructies, beschikbaar te hebben in de taal van de belangrijkste minderheidsgroepen in het doelgebied. Ook kan het noodzakelijk zijn mondeling (radio, video) in die taal of talen informatie te verstrekken.

- Werknemers en omwonenden van bedrijven die werken met gevaarlijke stoffen kunnen - al of niet via het bedrijf - eventueel een aparte doelgroep vormen, afhankelijk van de plaatselijke situatie.
- Passanten vormen een bijzondere doelgroep. Hierin kan een onderscheid worden gemaakt in 'toevallige' en 'permanente' passanten.
'Toevallige' passanten zijn (voorbijgangers/doorreizenden) en bezoekers van bedrijven en instellingen binnen het doelgebied.
'Permanente' passanten zijn bijvoorbeeld forenzen die voor hun werk binnen het doelgebied moeten zijn en recreanten die - gedurende bepaalde tijd - regelmatig komen.

specifieke doelgroepen

- Interne groepen (brandweer, politie, GG&GD). Met de intermediaire kaders (zie hieronder) hebben deze mensen een speciale verantwoordelijkheid ten tijde van een ramp situatie. Het verdient daarom aanbeveling hen voorafgaand aan de voorlichtingscampagne te informeren.

intermediaire kaders

- Intermediaire kaders (schoolhoofden, kerkelijk leiders, buurtwerkers, werkgevers, huisartsen enz.)

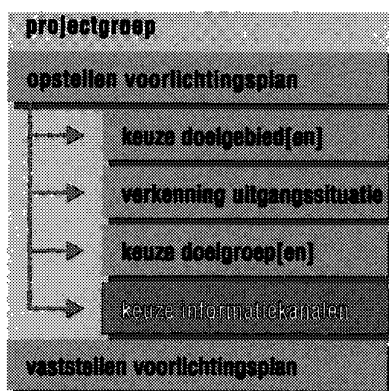
Onder intermediaire kaders worden verstaan: plaatselijke organisaties of personen (niet behorend tot de gemeentelijke overheid of publiciteitsmedia) die bereid zijn in staat worden geacht om in het voorlichtingsproces een rol te spelen. Zij kunnen zowel een functie vervullen in de richting van de doelgroepen als naar de overheid.

Intermediaire kaders kunnen de bereikbaarheid van de doelgroep vergroten. Als deze personen goed geïnformeerd zijn over hun eigen verantwoordelijkheid en taken in een ramp situatie kunnen zij de boodschap versterken richting de bevolking, bijvoorbeeld naar verontruste ouders. Als zij daar tegen niet geïnformeerd blijken te zijn, terwijl in de voorlichting wel wordt verwezen naar de veiligheid van kinderen op school, of van familieleden die aan het werk zijn, kan dit de geloofwaardigheid van de campagne ernstig schaden.

Zij kunnen tevens een belangrijke informatiebron zijn over de informatiebehoefte van de doelgroep(en).

Ook werknemers van de betrokken overheden en bedrijven kunnen als intermediair fungeren voor hun omgeving.

De verzamelde informatie over de doelgroepen met de te ondernemen activiteiten naar de respectievelijke doelgroep moet worden opgenomen in het invulschema bij stap H.



2
Algemeen stappenplan

2.10

H Keuze informatiekkanalen

Doel

Keuze maken uit de beschikbare informatiekkanalen.

Uitvoering

De boodschap kan worden versterkt door met een consistente berichtgeving gebruik te maken van verschillende informatiekkanalen.

- keuze kanalen** Er zijn verscheidene informatiekkanalen beschikbaar:
- lokale en regionale dagbladen;
 - lokale nieuwsbladen;
 - huis- aan huisbladen;
 - wijkorganen;
 - landelijke dagbladen;
 - lokale omroep;
 - regionale omroep;
 - overige kanalen;
 - kabeltelevisie.

Massamedia	Groepsvoorlichting	Individuele voorlichting
• landelijke bladen • plaatselijke bladen • regionale bladen • huis-aan-huis bladen • TV/radio • plaatselijke omroep	• informatieavond • 'open dagen' • bijeenkomsten • via intermediairen	• telefoon • via intermediairen
bijv. • persbericht • persconferentie	bijv. • schoolhoofd - schoolteam	bijv. • schoolhoofd - ouder

De projectgroep moet een afweging maken welke van deze kanalen worden gebruikt voor de activiteiten in de voorlichtingscampagne en hoe dat gebeurt.

Hierbij moet niet alleen worden gekeken naar het effect van het kanaal als voorlichtingsmiddel, maar ook naar de mogelijkheden die een informatiekanaal heeft om tot wederzijdse informatieuitwisseling te komen. Op deze wijze kan de voorlichting worden verbreed.

criteria Criteria voor de keuze van de te gebruiken informatiekkanalen zijn:

- bereik (alle betrokkenen moeten de informatie zo mogelijk gelijktijdig ontvangen);
- impact van het informatiekanaal;
- effect van de boodschap;
- kosten.

minimale invulling De minimale invulling bestaat uit het huis-aan-huis verstrekken van de basisinformatie (zie J) met de mogelijkheid nadere informatie te verkrijgen bij de gemeente, via een voorlichtingsavond en/of per telefoon.

De publiciteitsmedia (zie ook K)

Een belangrijk uitgangspunt is het verstrekken van consistente, juiste en betrouwbare informatie. Deze moet in overeenstemming zijn met de gegeven informatie. Hiervoor is een goed contact tussen overheid en de media van belang. Het tijdig en volledig informeren van de regionale pers bevordert een goede berichtgeving.

Overzicht plaatselijke en regionale bladen

naam blad	
naam plaatselijke redacteur	
telefoon	
bereik	
naam blad	
naam plaatselijke redacteur	
telefoon	
bereik	
naam blad	
naam plaatselijke redacteur	
telefoon	
bereik	

Regionale of lokale omroep

naam	
naam plaatselijke redacteur	
telefoon	

Overzicht plaatselijke belangrijke landelijke media

naam blad	
adres redactie	
telefoon	
bereik	
naam blad	
adres redactie	
telefoon	
bereik	

naam blad

adres redactie

telefoon

bereik

ANP (Algemeen Nederlands Persbureau)

telefoon

telefax

regiocorrespondent ANP

telefoon

070 - 352 05 20

070 - 352 12 14

Overzicht media allochtone groepen

naam blad

adres redactie

telefoon

naam blad

adres redactie

telefoon



Doelgroep (zie F)

algemeen/gehele bevolking

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

Sub-doelgroepen

allochtone groepen (zie F)

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

werknemers risicodragende

bedrijven

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip



nadere omschrijving _____

activiteit (zie H) _____

tijdstip _____

omwonenden risicodragende

bedrijven

activiteit (zie H) _____

tijdstip _____

Passanten

nadere omschrijving _____

activiteit (zie H) _____

tijdstip _____

nadere omschrijving _____

activiteit (zie H) _____

tijdstip _____

Interne groepen

GGGD

nadere omschrijving _____

activiteit (zie H) _____

tijdstip _____

brandweer

nadere omschrijving _____

activiteit (zie H) _____

tijdstip _____

politie

nadere omschrijving _____

activiteit (zie H) _____

tijdstip _____

Intermediairen

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

Werknemers betrokken overheden

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip

nadere omschrijving

activiteit (zie H)

tijdstip





Vaststellen voorlichtingsplan

Doel

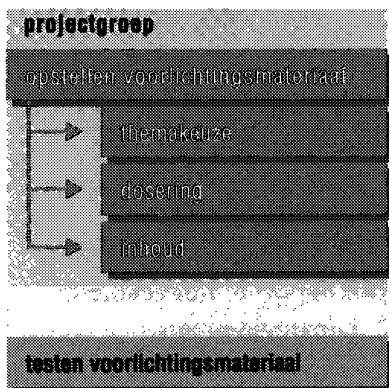
Terugkoppeling van de projectgroep naar het bestuurlijk overleg. Informeren van het bestuurlijk overleg over de voor- genomen voorlichtingsactiviteiten. Goedkeuring voor de uit- voering van de voorlichtingscampagne. Vaststellen budget.

Uitvoering

Het voorlichtingsplan omvat:

- beleidsmatige uitgangspunten;
- keuze doelgebied, doelgroepen (zie E en G);
- een korte verkenning van de uitgangssituatie van de doelgroepen (zie F);
- welke informatiekkanalen voor welke doelgroep gehanteerd gaan worden (zie H);
- overzicht voorlichtingsactiviteiten met per activiteit:
 - coördinerend persoon;
 - doel;
 - doelgroep;
 - plaats;
 - datum en tijdstip van uitvoering;
 - kort overzicht van de inhoudelijke aspecten;
- tijdsplanning (zie B);
- overzicht van financiële aspecten;
- evaluatie.

Het voorlichtingsplan wordt door de projectgroep ter goed- keuring aan het bestuurlijk overleg voorgelegd.



2 Algemeen stappenplan

2.12

J Opstellen voorlichtingsmateriaal

Doel

Materiaal vervaardigen dat personen en instellingen informeert hoe de schade, zoals die kan optreden in rampsituaties is te verminderen en/of te voorkomen.

De acceptatie van de boodschap wordt sterk beïnvloed door het vertrouwen in de afzender. Dit leidt tot de volgende doelstellingen voor de informatiecampaigned:

- vergroting van kennis en inzicht bij de burgers in risicodragende activiteiten;
- aantonen van zorgvuldigheid van de afzender, scheppen van vertrouwen;
- beïnvloeding van gedrag in rampsituatie.

Uitvoering

inhoud Het informatiemateriaal moet aangeven, hoe men moet handelen bij eventuele calamiteiten. Daarnaast kan worden ingegaan op risico's die specifiek zijn voor de plaatselijke of regionale situatie. Het valt te denken aan informatie over risicovolle bedrijven, transport van gevaarlijke stoffen, de overslag daarvan, e.d.

rampenplan De basis voor het informatiemateriaal dienen het rampenplan en de rampbestrijdingsplannen. Daarnaast kan informatie over de activiteiten van risicodragende bedrijvigheid worden gegeven uit EVR, IMZ, milieuvergunningen e.d.

Specifieke bedrijfsgegevens, die mogelijk van belang zijn voor de te geven voorlichting, moeten door de bedrijven zelf worden geleverd.

keuzes Bij het opstellen van het informatiemateriaal moeten enkele keuzes worden gemaakt. Dan gaat het om:

- een themakeuze;
- de dosering in primair en secundair materiaal;
- keuzen bij de formulering van de tekst van het informatiemateriaal.

Themakeuze

themakeuze Het is uit communicatie-oogpunt van belang een thema voor de voorlichting vast te stellen omdat:

- daarmee de aandacht van de bewoners wordt getrokken;
- dit een duidelijk aanknopingspunt kan bieden aan eventuele relevante voorkennis bij de ontvanger;
- dit de risico-informatie in een herkenbare, niet bedreigende context kan plaatsen.

Voor materiaal gericht op het gedrag bij rampen is een bruikbaar thema 'wat te doen als de sirene gaat'.

Dosering en fasering

primaire informatie

Het verdient aanbeveling de informatie te doseren in primaire en secundaire informatie. Een relatief beperkte hoeveelheid informatie (de primaire informatie) wordt algemeen verspreid, terwijl aanvullende informatie (de secundaire informatie) beschikbaar is en op verzoek verkrijgbaar.

De primaire informatie moet aan iedereen beschikbaar worden gesteld en dient voor iedereen begrijpelijk te zijn. Om dat laatste te garanderen is tenminste een eenvoudig en duidelijk woordgebruik vereist.

De primaire informatie mag niet anders luiden dan: *"Als de sirene gaat, ga dan naar binnen, sluit ramen en deuren, en luister naar radio en of televisie voor nadere berichten."*

N.B. In verband met de vrij veel voorkomende vormen van analfabetisme, woordblindheid en het niet beheersen van de Nederlandse taal, zal de boodschap ook in beeldende taal moeten worden uitgedragen (picturegram, cartoon, strip) zodat voor iedereen in één oogopslag duidelijk is wat bedoeld wordt. De algemene beschikbaarheid zal meestal het best gegarandeerd zijn door de informatie ten minste huis-aan-huis te verspreiden. Daarnaast moet de informatie voor specifieke groepen op aangepaste manier beschikbaar worden gesteld. De huis-aan-huis informatie geeft instructies voor het gedrag in ramp situaties. Een mogelijke vorm is het toesturen van een brief met daaraan toegevoegd een kaart met aanvullende instructies (eventueel in de vorm van een brochure).

secundaire informatie

Informatiemateriaal dat bruikbaar is voor iedereen, zal beperkt in omvang zijn en niet diep op de verschillende onderwerpen en de achtergronden ervan ingaan. Voor belangstellenden kan meer gerichte, diepgaande en/of meer specifieke informatie beschikbaar worden gesteld. Eventueel alleen op aanvraag (zie K). Bijlagen III en IV geven een aantal voorbeelden van het primaire en secundaire voorlichtingsmateriaal dat gebruikt is bij eerder gevoerde campagnes.

Inhoud van de voorlichting

De acceptatie van de boodschap wordt bepaald door de inhoud van de boodschap en de betrouwbaarheid van de afzender. De informatie zal zo volledig, eenduidig en duidelijk mogelijk moeten zijn. Een duidelijke gestructureerde opbouw van de boodschap versterkt dit.

Ook zal de boodschap die via verschillende informatiekanalen gegeven gaat worden, consistent moeten zijn. Hij moet ook kloppen met eerder gegeven risico-informatie.

N.B. Bedenk daarbij ook welke informatie in de nabije toekomst nog over aanverwante onderwerpen verspreid zal worden.

Rampenvoorlichting

De rampenvoorlichting is bedoeld om het publiek vertrouwd te maken met het basis-alarmeringsscenario. Dat moet zo gebeuren dat men op het moment van een ramp dat scenario accepteert en adequaat reageert.

basisinformatie

De basisinformatie omvat:

- de wijze van alarmering;
- de door de bevolking te nemen stappen;
- de wijze waarop men nadere informatie kan verkrijgen.

Deze informatie kan worden verwerkt op een (alarmerings)kaart of d.m.v. een folder.

Een kaart is makkelijker te bewaren. De kaart moet zo worden uitgevoerd dat hij niet nodig is om op een vaste plaats op te bergen (meterkast).

basis alarmeringsscenario

De primaire informatie op de kaart dient het basis-alarmeringsscenario aan te geven:

Wat te doen als er een alarm is?

- ga naar binnen waar u ook bent;
- sluit ramen en deuren;
- luister naar de radio en kijk naar de televisie voor nadere instructies.

niet!

Een aanwijzing om niet te telefoneren moet NIET in het basis alarmscenario worden opgenomen. Onderzoek wijst uit dat die aanwijzing toch niet wordt opgevolgd. Ze doet daarom afbreuk aan de noodzakelijke geloofwaardigheid van het basis alarmscenario. Het belang van zo min mogelijk gebruik maken van de telefoon kan wel in de secundaire informatie worden opgenomen. Als reden kan worden genoemd het belang van een ongestoorde communicatie tussen de hulpverleningsinstanties. In de voorlichting dient dit belang benadrukt te worden. Daarbij geldt als voorwaarde dat de overheid in rampsituaties er alles aan doet om de bevolking zo snel en zo goed mogelijk informatie te verstrekken over het verloop van de ramp en de bestrijding.

Bijlage 3 geeft een aantal voorbeelden van primaire informatie.

alarmkaart

De kaart moet huis-aan-huis worden verspreid, vergezeld van een brief waarin het hoe en waarom wordt uiteengezet. De geadresseerde wordt tevens gevraagd de kaart op een vaste plaats in huis te bewaren.

Bij de instructies over het gewenste gedrag in rampsituaties is een duidelijk en eenvoudig taalgebruik van groot belang. Indien de boodschap niet overeen komt met vroegere informatie dan dient dit te worden aangegeven.

"Voortaan zal het sirenesignaal bestaan uit"

Dit komt de betrouwbaarheid van de informatie ten goede. Indien de boodschap niet in overeenstemming is met de werkelijke situatie gaat dit ten koste van de aanvaardbaarheid, het opvolgen van de gedragsinstructie en het vertrouwen in de afzender.

Een praktijk-voorbeeld hiervan is:

"Wacht op nadere berichten en instructies van de overheid, die via het CAI-informatiekanaal van de kabel-tv worden gegeven."

Bij nader onderzoek bleek dat bepaalde wijken nog niet aangesloten waren op de kabel-tv. Hierin werd de instructie gewijzigd in:

"Wacht op nadere berichten en instructies van de overheid, die via het CAI-informatiekanaal van de kabel-tv op de geadresseerde worden gegeven."

einde alarm

Om het publiek te waarschuwen wordt uitgegaan van een akoestisch signaal (sirene). Er is landelijk gekozen voor één algemeen geldend alarmeringssignaal. Er is niet voorzien in een einde alarm-signaal of signale. Dit brengt onzekerheid bij het publiek mee over de duur van de alarmsituatie. Om deze onzekerheid te verkleinen moet het publiek zo snel mogelijk en bij voortdurende geïnformeerd te worden over de rampsituatie en de verwachte duur. Via het dan gebruikte informatiekanal wordt ook het 'einde alarm' bekend gemaakt. Deze gang van zaken dient op de instructiekaart te worden vermeld.

afzender

Waarschuwingen die men rechtstreeks van de autoriteiten ontvangt, worden over het algemeen eerder geloofd dan waarschuwingen via de massa-media of via andere betrokken groeperingen. Als afzender van deze algemene boodschap dient dan ook de verantwoordelijke overheid (de burgemeester) duidelijk herkenbaar te zijn.

secundaire informatie

De secundaire informatie gaat over de middelen van de overheid en het bedrijfsleven om calamiteiten tegen te gaan of de gevolgen te beperken.

Ook kan nadere informatie worden verstrekt over de specifieke risicodragende bedrijvigheid in de gemeente of regio. En over alle activiteiten in het kader van preventie en hulp bij ongevallen en rampen.

Bovendien kan de secundaire informatie wijzen op de eigen verantwoordelijkheid van de bevolking.

Een juiste handelwijze tijdens rampsituaties beperkt immers de gevolgen en de schade.

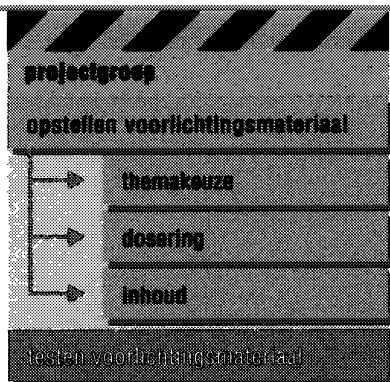
onzekerheid Informatie over risico's is uitermate onzekere informatie. Vooral schattingen van de kans op een calamiteit zijn niet meer dan indicaties. Bovendien interpreteren leken kleine kansen soms als een garantie dat er voorlopig niets kan gebeuren. In feite is een schatting van de kans op een calamiteit alleen een uitspraak over de frequentie (het aantal keren) dat een gebeurtenis zich zal voordoen.

hoofddoel Hoofddoel van de voorlichtingscampagne is mensen duidelijk te maken hoe zij moeten handelen als men een rampsituatie voordoet. Het heeft wat dat betreft weinig zin uitvoerig aandacht te besteden aan de omvang van de risico's en de grootte van de kans op een ramp. Mogelijke gevaren, informatievoorziening en adequaat gedrag tijdens een rampsituatie moeten de meeste aandacht krijgen.

Milieu-risico's

De gevolgen voor het milieu bij calamiteiten kunnen omvangrijk zijn. Het verdient aanbeveling daaraan in de secundaire informatie aandacht te besteden. Met name de gevaren voor de gezondheid moeten daarbij worden benadrukt. De milieu-effecten hebben betrekking op nadelige gevolgen voor waterwinnings- en grondwaterbeschermingsgebieden, op oppervlaktewater, natuurmonumenten, enz.

milieu-effecten Deze informatie moet zowel de potentiële milieu-effecten dienen te omvatten als de maatregelen die genomen worden om deze effecten te beperken.



Testen voorlichtingsmateriaal

Het verdient aanbeveling het schriftelijk voorlichtingsmateriaal via een z.g. pretest te onderzoeken op inhoud en leesbaarheid. Nagegaan moet worden of er zinsneden, termen of wendingen in voorkomen die onjuist of onbegrijpelijk zijn. Of dat ze misverstanden wekken, vermijdbare irritatie oproepen of lachwekkend zijn. Ook moet worden nagegaan of de tekst er lezenswaardig uitziet. Of bepaalde beelden worden begrepen en of de inhoud geloofwaardig is. Bij voorkeur wordt de tekst voorgelegd aan twee tot vijf personen uit de doelgroep, waarbij ook de subdoelgroepen vertegenwoordigd zijn. In elk geval moet de tekst worden voorgelegd aan enkele personen die niet bij de opzet van de campagne betrokken zijn, maar die wel bekend zijn met de situatie.

pretest

De pretest kan op twee manieren worden uitgevoerd.

Vooraf moet de 'proef' personen worden uitgelegd wat de bedoeling is. Het gaat om de beoordeling van een voorlopige tekst die op een later tijdstip verspreid zal worden. Nadat hij of zij de tekst heeft kunnen lezen, worden door enkele vragen wat personen naar voren gehaald waarover kan worden doorgepraat. Sommige vragen hebben het karakter van een 'proefvraag' om te bepalen wat de persoon uit de tekst heeft opgemaakt. Andere vragen betreffen een beoordeling van de tekst en bepaalde passages.

mogelijke vragen

Vooraf moet er een korte vragenlijst worden opgesteld die bijvoorbeeld als volgt kan luiden:

- Wat vindt u de belangrijkste punten uit de brief (brochure e.d.)?
- Vindt u de inhoud van de brief begrijpelijk? Wat niet?
- Wat moet men doen bij alarm?
- Vindt u dat de brief er lezenswaardig uitziet?
- Is het geloofwaardig wat er in de brief staat? Wat niet?
- Heeft u nog verdere opmerkingen; zijn er dingen die u mist?

beoogde resultaat

In het gesprek zal vooral op specifieke tekstpassages moeten worden ingegaan. Het beoogde resultaat van de pretest is een aantal punten waarop de tekst eventueel verbeterd kan worden.

terugkoppeling naar bestuurlijk overleg

Het opgestelde materiaal zal ter goedkeuring en ondertekening voorgelegd moeten worden aan het bestuurlijk overleg.

K

Uitvoering van de campagne

Doel

Feitelijke voorlichting en beïnvloeding van het gedrag van het publiek.

Uitvoering

Opstellen draaiboek.

Algemene aanbevelingen vanuit voorlichtingsboek

Opstellen draaiboek

Het draaiboek geeft een overzicht van de geplande activiteiten met per activiteit alle relevante aspecten. Het draaiboek fungeert als checklist bij de planning en uitvoering van de activiteiten.

Inhoud

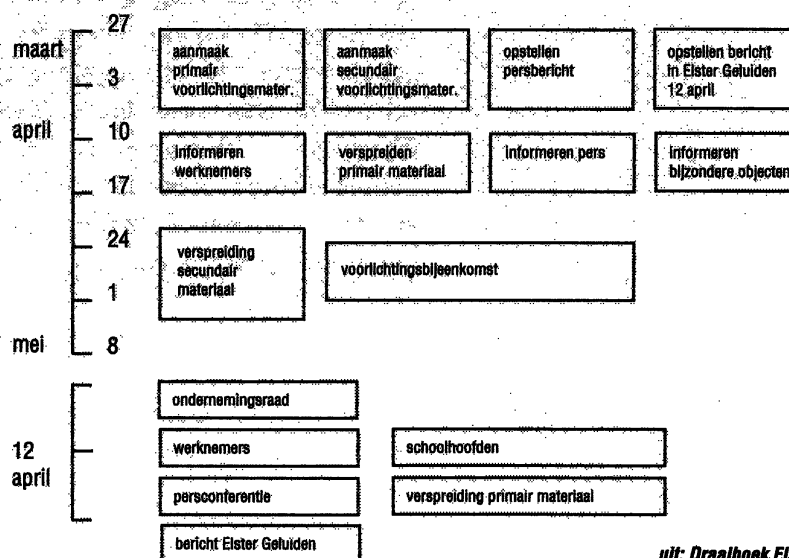
Het draaiboek omvat:

- een overzicht van de geplande activiteiten met het bijbehorend tijdsplan,
- per activiteit een blad A4 met een gedetailleerd overzicht van alle relevante aspecten, zoals soort activiteit, doel, doelgroep, gepland tijdstip, uitvoerder, begrote kosten, enz.

Strategische campagne Elst

Het draaiboek omvat de volgende activiteiten:

1. aanmaak primair voorlichtingsmateriaal
2. aanmaak secundair voorlichtingsmateriaal
3. informeren werknemers Luxan
4. informeren pers
5. informeren bijzondere objecten/intermediaire kaders
6. verspreiding voorlichtingsmateriaal
7. informeren bevolking Elst
8. voorlichtingsbijeenkomst
9. verspreiding secundair voorlichtingsmateriaal



uit: Draaiboek Elst

activiteit	:	informer en pers	
datum	:	woensdag 12 april, 's middags	
doelstelling	:	de gewenste effecten van de campagne te verstrekken en eventuele onrust in Elst ten gevolge van de informatiecampagne te voorkomen	
wijze van uitvoering	:	- opstellen en verspreiding persbericht - beleggen van een persbijeenkomst in het gemeentehuis - verstrekken bewonersbrief en secundaire informatie op deze bijeenkomst	
doelgroep	:	lokale pers	
verantwoordelijkheid	:	bedrijf en gemeente	
te maken afspraken	:	uitvoerder	datum
opstellen persbericht		xxx/yyy	voor 12 april '89
verspreiding persbericht		yyy	10 april '89
uitnodiging pers		yyy	10 april '89
organisatie bijeenkomst		burgemeester en directie van	12 april '89
verstrekken info-materiaal			12 april '89
overzicht kosten		personeel	materieel
uit: Draaiboek Elst			

In dit deel van de handleiding zal eerst nader worden ingegaan op de omgang met de media. Vervolgens worden aanwijzingen gegeven voor de uitvoering van de mogelijke voorlichtingsactiviteiten.

Omgaan met de media

Een goed contact tussen voorlichters en de media is van belang omdat massamedia een belangrijke rol kunnen spelen bij de meningsvorming over risico's. Daarmee zijn zij van invloed op de houding van de bevolking over de voorlichtingscampagnes.

Gezien het belang van de massamedia zou overwogen kunnen worden vertegenwoordigers van de lokale pers direct bij de voorlichtingscampagne te betrekken. Dat moet echter worden afgeraden. De rol van voorlichters en die van journalisten is geheel anders. Deze rollen moeten niet met elkaar worden vermengd. Risico-voorlichters fungeren als bron van informatie en streven ernaar 'ruis' zo veel mogelijk te voorkomen. Journalisten hebben o.a. tot taak het overheidsbeleid kritisch te volgen. Zij zullen daarom niet alleen informatie inwinnen bij de voorlichter, maar ook anderen - deskundigen, andere overheidsinstanties, werknemers, bedrijfsmanagement, intermediären enz. - om informatie vragen.

algemeen

Het is zaak zich een beeld te vormen van mogelijke vragen van de media en daarop van tevoren adequate antwoorden te formuleren. Ook moeten er duidelijke afspraken worden gemaakt wie er als woordvoerder(s) over de voorlichtingscampagne zullen optreden.

- voorbereiding** Voorbereidende werkzaamheden in verband met de relatie met de media:
- het maken van een overzicht (zie H) met een inventarisatie van de belangrijkste media;
 - een inventarisatie van media voor bijzondere publieksgroepen zoals anderstaligen (zie H);
 - het samenstellen van een persmap met naast een persbericht en het te verspreiden voorlichtingsmateriaal ook achtergrondinformatie;
 - het houden van een persconferentie bij de start van de campagne, waarin persbericht en persmap verder worden toegelicht.

signalering controversen De pers zal ook eventuele (beoogde) controversen over de risico's en/of de voorlichtingscampagne signaleren. Zij kan daarmee een informatiebron zijn over het bestaan en het verloop van dergelijke controversen. Men zal dan ook de perspublicaties voorafgaand en na de campagne moeten volgen en zo nodig moeten reageren op onjuiste of onvolledige berichtgeving.

Het persbericht

Bij de start van het bestuurlijk overleg moeten de media worden geïnformeerd over het plan om de voorlichtingscampagne te houden. Men kan hiervoor een persbericht opstellen dat onder de media wordt verspreid en bij latere navraag beschikbaar is. Dit bericht moet feitelijke informatie bevatten over de voorgenomen activiteiten. Het moet antwoord geven op de vragen die de pers kan stellen en waarop het publiek ook antwoord verwacht:

- wat gaat er gebeuren;
- door wie gaat het gebeuren;
- wanneer gaat het gebeuren;
- waarom gaat het gebeuren;
- in welk gebied/gemeente gaat het gebeuren.

Het persbericht zal eveneens toegestuurd moeten worden aan alle personen en instanties, die bij de opzet van de campagne zijn betrokken.

De persconferentie

- voorbereiding** Een goed verloop van een persconferentie vraagt een goede voorbereiding. Deze voorbereiding bestaat uit:
- het kiezen van een goede lokatie (gemeentehuis of elders);

- bij het bepalen van het tijdstip rekening houden met het
- verschijningstijdstip van de bladen, en met de uitzendtijden van de lokale en regionale omroep.

informatie Het verzamelen van de informatie. Hierbij komen vragen aan de orde zoals:

- wat willen de media weten;
- over welke informatie beschikken we;
- welke vragen kunnen worden gesteld;
- welke informatie moet nog worden verzameld;
- waarover kan nog niets gezegd worden en waarom niet.

presentatie Presentatie van de informatie:

- zet zoveel mogelijk informatie op schrift in de vorm van een persbericht;
- voeg alle informatie bij elkaar in een persmap.

organisatie Organisatie van de persconferentie:

- stel een programma op met de volgorde van eventuele sprekers en onderwerpen;
- bepaal wie als voorzitter (woordvoerder) optreedt;
- overleg van tevoren met de sprekers de gang van zaken.

uitnodiging Uitnodiging en begeleiding:

- stuur, zodra tijdstip en lokatie bekend zijn, de uitnodigingen naar de media (regionale, lokale pers, plaatselijke radio/tv);
- maak een perslijst.

De persmap zal minimaal de volgende informatie omvatten:

- persbericht;
- het primaire voorlichtingsmateriaal;
- het secundaire voorlichtingsmateriaal;

Woordvoerder

Door het lokale overleg aangewezen woordvoerders zullen met de volgende aspecten rekening moeten houden:

- journalisten hebben in het algemeen niet voldoende expertise t.a.v. technologische processen en risico's. Geef daarom feitelijke informatie zonder gebruik te maken van technische termen;
- houd bij de wijze van presenteren van risico-informatie rekening met de beperkingen en mogelijkheden van de media;
- journalisten verwachten in het algemeen dat niet alles wordt verteld wat bekend is; soms blijven ze doorvragen om meer informatie te krijgen. Wees open en eerlijk en blijf bij de feiten;
- speculeer nooit in een antwoord en probeer ook nooit antwoord te geven op hypothetische vragen;
- wanneer u vragen niet kunt beantwoorden omdat u onvoldoende informatie heeft, zeg dat dan en spreek af op welk moment u denkt wel over die informatie te beschikken. Zorg ervoor dat die informatie ook te bestemder plaatse komt;
- men zal in veel gevallen meer geïnteresseerd zijn in zaken als eerlijkheid en geloofwaardigheid, controle- en beheersingsmogelijkheden, de gevolgen voor de bevolking, enz., dan in

ingewikkelde statistische bespiegelingen;

- zorg dat onjuiste gegevens of onjuiste informatie zo snel mogelijk wordt gecorrigeerd. Wanneer dit eventueel uw eigen fout is, erken dit dan;
- informele contacten na afloop van de bijeenkomst zijn van belang omdat soms dan pas de echte vragen komen. Laat u daarbij niet verleiden tot 'persoonlijk gesprekjes'.

Aanmaak voorlichtingsmateriaal

In stap J is ingegaan op de inhoud van het voorlichtingsmateriaal. Op deze plaats zal daarom alleen nog aandacht geschonken worden aan de uitvoering van het materiaal.

uitvoering Het primaire voorlichtingsmateriaal bestaat minimaal uit een instructiekaart met een begeleidende brief voor de bewoners.

de instructiekaart De instructiekaart moet dusdanig worden uitgevoerd dat deze het bewaardedingsbevel ordert. Dat kan door te kiezen voor een sticker of voor een geplastificeerde kaart. Hierbij moet men niet vergeten om de kaart te voorzien van een ophangmogelijkheid. Bijlage 3 geeft voorbeelden van in de praktijk gebruikte instructiekaarten.

herkenbaarheid De overheid moet als afzender van de boodschap herkenbaar en consistent optreden. Dit kan gebeuren door de begeleidende brief af te drukken op gemeentelijk briefpapier en te laten ondertekenen door de burgemeester als primair verantwoordelijke instantie voor de rampbestrijding.

contrôle Het materiaal dient gecontroleerd te worden op:

- een juiste feitelijke weergave van de situatie;
- de inhoud en de leesbaarheid via een zgn. pre-test (zie J).

Indien nodig moet hij worden bijgesteld.

bijzondere groepen Hierbij moet onderscheid worden gemaakt in:

- de intermediaire kaders, d.w.z. de mensen die vanuit hun functie/positie en eventuele aanwezigheid in het gebied een functie kunnen vervullen in het voorlichtingsproces of tijdens een rampsituatie;
- bewoners van bejaardentehuizen e.d;
- de passanten.

Deze groep valt uiteen in twee groepen:

- de toevallige voorbijgangers, verkeersdeelnemers, bezoekers van omwonenden, enz;
- personen die een deel van de dag in het gebied verblijven, zoals: werknemers bij bedrijven, bezoekers van instellingen, zoals buurthuizen, kerken, toeristen, enz.

intermediaire kaders

De intermediaire kaders kunnen geïnformeerd worden via een gezamenlijke voorlichtingsbijeenkomst of via persoonlijke benadering.

Het overleg met personen die tijdens een rampsituatie een bepaalde verantwoordelijkheid hebben voor bewoners of aanwezigen, moet gericht zijn op het overdragen van informatie die garandeert dat zij weten hoe zij in geval van alarm moeten handelen. Het gaat om schoolhoofden, directies van bejaardentehuizen, buurtwerkers, directies van burgerlijke bedrijven, enz.

Ook moet worden nagegaan of de aanwezige technische installaties (ventilatie, verwarming, kabel-tv-aansluiting) zo zijn uitgevoerd dat voldaan kan worden aan de rampinstructies. Uit ervaringen bij andere campagnes is gebleken dat dit in een aantal gevallen niet mogelijk was. Het is geen mogelijkheid de ventilatie uit te schakelen).

informatie bezoekers

Deze tussenpersonen hebben tevens tot taak de bewoners of bezoekers van hun instelling te informeren over hoe gehandeld dient te worden bij alarm. Deze informatie kan verstrekt worden via oerel opgehangen instructiekaarten en via de aanwezige publicatieborden.

verspreiding voorlichtingsmateriaal

Het is gewenst het primaire voorlichtingsmateriaal huis-aan-huis te verspreiden.

Voor een antwoordkaart bij te sluiten kunnen mensen in de gelegenheid worden gesteld meer voorlichtingsmateriaal aan te vragen.

Om aan de onmiddellijke behoefte aan meer informatie tegemoet te komen, kan het zinvol zijn gelegenheid te bieden telefonisch meer informatie op te vragen. Als deze mogelijkheid aanwezig is, moet de noodzakelijke deskundigheid beschikbaar zijn om de vragen te beantwoorden;

- laat de telefonist(e) de vragenstellers doorverbinden naar de persoon die de vragen zou kunnen beantwoorden;
- indien niet (direct) doorverbonden kan worden, dan dient naam, telefoonnummer en tijdstip genoteerd te worden met de belofte dat teruggebeld wordt;
- indien het antwoord op een vraag niet direct is te geven, zal de vragensteller teruggebeld moeten worden zodra het antwoord bekend is.

Naam:

Adres:

Telefoonnr.:

meldt zich aan voor de informatiebijeenkomst over rampenbestrijding op

- ☐ woensdag 25 oktober in de Burgerzaal, stadhuis
 - ☐ donderdag 26 oktober in zaal Van Stramon, Twelverweg 27
 - ☐ dinsdag 31 oktober in wijkgebouw, Diepstraat 54
- en komt vergezeld van perso(o)n(en)

S.v.p. de gewenste datum aangeven.

uit: Informatie-campagne Hengelo

In het geval van specifieke risico's (bedrijven, transportroutes, en dergelijke) kan worden overwogen om een voorlichting bijeenkomst te houden. Daar kan dan verdere informatie worden verstrekt.

Zo'n bijeenkomst kan verschillende doelen hebben:

- het verstrekken van aanvullende informatie;
- een gezamenlijkheid geven tot het stellen van vragen;
- een discussie tussen betrokken partijen over bijvoorbeeld het verloop van de campagne en/of het rampenbeleid van de overheid.

Doel bijeenkomst

De invulling en opzet van de bijeenkomst is afhankelijk van het gekozen doel. Een bijeenkomst gericht op het eerst genoemde doel, een 'presentatiebijeenkomst', is erop gericht om door middel van voordrachten, audiovisuele hulpmiddelen en/of excursies allerlei aspecten zoveel mogelijk toe te lichten. Een dergelijke bijeenkomst heeft dan ook een sterk geprogrammeerd karakter.

Bij een bijeenkomst, gericht op het tweede doel, een 'vragenbijeenkomst', wordt de hoogste prioriteit gegeven aan het stellen en beantwoorden van vragen. Het verloop van een dergelijke bijeenkomst wordt in hoge mate bepaald door de vragenstellers.

Het derde type bijeenkomst is een 'discussiebijeenkomst'. In tegenstelling tot de twee vorige bijeenkomsten is dit derde type minder gericht op het overdragen van kennis, maar gericht op de uitwisseling van ideeën, argumenten en

K

gemengd karakter

ondersteunende informatie tussen de aanwezigen. Korte inleidingen vooraf moeten vooral gericht zijn op het op gang brengen van de discussie.

In het algemeen zullen de bijeenkomsten een gemengd karakter hebben. Als men er echter van uit gaat dat het publiek over onvoldoende informatie beschikt en men de avond vooral wil richten op het informeren van de bevolking, dan zijn daarvoor de eerste twee typen bijeenkomsten het meest geschikt.

toegankelijkheid bijeenkomst

Uit voorlichtingsoogpunt verdient het aanbeveling het bezoeken van dergelijke bijeenkomsten te stimuleren. Een uitnodiging voor de bijeenkomsten moet dan ook in de begeleidende brief bij het primaire materiaal staan. Aanmelding kan geschieden door middel van een bij te sluiten antwoordkaart. Ook moeten plaats en tijdstip van de voorlichtingsbijeenkomst in de lokale media bekend worden gemaakt.

Vorbereiding bijeenkomst

organisatie

De voorbereiding bestaat uit:

- het kiezen van een goede lokatie;
- het verzamelen van (geschikte) informatie;
- presentatie van informatie door inleiders, gebruik van audiovisuele hulpmiddelen, enz.;
- het opstellen van een programma met de volgorde van sprekers en onderwerpen. Zorg hierbij voor voldoende tijd voor de beantwoording van vragen en voor discussie;
- bepalen wie als voorzitter optreedt;
- overleg over de gang van zaken van tevoren met de sprekers (sprekettijd enz.);
- zorgen voor een verslaglegging van de avonden, waarin met name gedane toezeggingen zijn opgenomen.

inleiders

Het is belangrijk dat de inleiders de noodzakelijke deskundigheid bezitten om alle eventuele opkomende vragen te beantwoorden.

Deze vragen kunnen betrekking hebben op de gevaren van risicodragende bedrijvigheid, maar ook op de andere gevaren, de veiligheid van de omgeving, de veiligheidsmaatregelen, het gevoerde milieu-beleid van overheid en bedrijfsleven, enz.

Doordat de vragen zowel gericht kunnen zijn op inhoudelijke aspecten als op zaken als bevoegdheden, is het noodzakelijk dat zowel de veiligheidsdeskundigen aanwezig zijn als de bevoegde personen (bestuurders) of personen die namens hen kunnen spreken.

Voor de inleiders gelden dezelfde richtlijnen als voor de woordvoerders op een persconferentie (zie stap D).

gestelde vragen	Uit eerdere campagnes is gebleken dat de volgende vragen regelmatig naar voren komen: • waarom is het rampbestrijdingsplan niet openbaar? • wat zijn de risico's van de diverse activiteiten (bedrijven, transport-risico's)? • hoe gevaarlijk zijn de opgeslagen chemicaliën? • hoe worden de bedrijven gecontroleerd? • op diverse plaatsen zijn de sirenes niet te horen: wat wordt daaraan gedaan? • hoe worden mensen geïnformeerd die geen aansluiting hebben op het kabelnet? • wat gebeurt er met de kinderen op school? • wat kunnen we zelf aan huis geven in een rampsituatie? (vooral een vraag van EHBO'ers e.d.) • wat gebeurt er met schadeclaims? • bij onze woningen kan de ventilatie niet worden afgezet. Wat is hieraan te doen?
aanvullende informatie	In de primaire informatie moet worden aangegeven waar en bij wie andere informatie is te krijgen. Naast de secundaire informatie kan op verschillende wijzen aanvullende informatie worden verstrekt.
videobanden	Een aantal gemeenten heeft een videoband gemaakt, gericht op versterking van de boodschap over de gedragsinstructies (basis-alarmeringsscenario). Voor informatie over deze videobanden wordt verwezen naar het Informatiepunt bij het ministerie van Binnenlandse Zaken (070-302 73 33).
informatie-punt	

Evaluatie van de campagne

Doel

Een beknopte evaluatie na afloop van de campagne heeft tot doel:

te memoreren welke punten op korte termijn bijgesteld of geregeld moeten worden;

te controleren in hoeverre de gestelde doelen zijn bereikt, vast te stellen welke verbeteringen kunnen worden aangebracht bij een soortgelijke campagne in de toekomst.

Als afronding van de werkzaamheden doet de projectgroep schriftelijk verslag van de evaluatie aan het bestuurlijk overleg.

Uitvoering

Reeds tijdens de campagne kan blijken dat er in de nieuwsmedia of op voorlichtingsbijeenkomsten bepaalde misverstanden zijn ontstaan. Zeker bij ingewikkelde en onalledaagse onderwerpen zoals risico's en rampen, is dat niet denkbeeldig.

Tijdens de campagne zal de projectgroep op dit punt alert moeten zijn. Tevoren zijn afspraken gemaakt over het tijdstip van de berichtgeving. Afhankelijk van de omstandigheden zal besloten moeten worden wanneer en hoe eventuele corrigerende berichten worden verspreid. Bij de voorbereiding en uitvoering van de campagne worden nogal eens toezeggingen gedaan over punten die nader bekeken of geregeld zullen worden. Dit kan met name het geval zijn tijdens een voorlichtingsavond. Het is handig hiervan een schriftelijk verslag te maken en daarin die punten op te nemen met de antwoorden of te ondernemen actie. Een snelle afhandeling van de resterende punten is van belang met het oog op de geloofwaardigheid, mede van toekomstige campagnes.

De vraag in hoeverre de voorlichtingsdoelen zijn bereikt, zal normaal gesproken op basis van beperkte gegevens moeten worden beantwoord. Minimaal moet worden gecontroleerd of de verschafte informatie alle relevante personen heeft bereikt. Dit kan bijvoorbeeld door een korte steekproefsgewijze telefonische enquête onder inwoners.

Om een onderzoek naar het bereik te kunnen doen zal de enquête vrij snel na de verspreiding van het voorlichtingsmateriaal moeten plaatshebben. Naarmate meer tijd verstrijkt, zullen er meer mensen zijn die zeggen dat ze

niets hebben ontvangen. Het wordt dan moeilijker om te bepalen of er inderdaad sprake is van systematische verspreidingsfouten (bijv. een straat die vergeten is).

Het is bekend dat mensen een groot deel van de informatie waar ze kennis van nemen, na korte termijn niet meer kunnen reproduceren. Verwacht mag worden dat de kennis na drie weken nog hebben, redelijk bekend.

Wanneer het voornaamste doel van de enquête is vast te stellen in hoeverre de alarminstructies zijn bewaard, ligt het voor de hand pas een aantal maanden na de campagne een dergelijke enquête te organiseren.

Een telefonische enquête onder omwonenden kan er bijvoorbeeld zo uit zien:

Vragenlijst

Goedemiddag, u spreekt met ... van ...

Zou ik een paar vragen mogen stellen?

Ik wil u iets vragen over de alarm-sirene die iedere eerste maandag van de maand wordt getest.

Stel dat u op dit moment drie keer een langgerekte sirenetoon van de sirene hoort, wat zou u dan gaan doen?

Zijn er nog andere dingen die u dan gaat doen?

(goede antwoorden: naar binnen gaan/binnen blijven, ramen/deuren sluiten, stoppen met ventilatie, radio/tv aanzetten, wachten op bericht overheid).

Als de bewoners van dit gebied via de sirene worden gealarmeerd, weet u dan hoe het einde van de alarmtoestand bekend wordt gemaakt?

(Zo ja) Hoe en op welke wijze wordt volgens u het einde van de alarmtoestand bekend gemaakt?

(goede antwoorden: via radio/tv-kanaal, via geluidswagen).

In maand X hebben de bewoners van Y een kaart met alarminstructies ontvangen. Heeft u de kaart met alarminstructies bewaard?

(Zo ja) Ligt die kaart op een plaats waar u hem direct zou kunnen vinden?

(noteer: gesprek met man/vrouw) Dit waren al mijn vragen. Ik dank u hartelijk voor uw medewerking.



	Enquête vooraf	Enquête na 3 weken	Enquête na 5 maanden
Zou bij sirene:	(N = 167)	(N = 159)	(N = 73)
naar binnen gaan/blijven	18%	65%	38%
ramen /deuren sluiten	28%	70%	38%
ventilatie beperken	1%	23%	3%
bericht afwachten	12%	40%	26%
weet einde alarm	4%	12%	10%
heeft kaart bewaard	-	85%	76%

Dit voorbeeld is ontleend aan een onderzoek uit 1989 in Dordrecht. Voorafgaand aan de voorlichting respectievelijk 3 weken en 5 maanden na de voorbereiding van het materiaal werden hier enquêtes uitgevoerd bij steeds nieuwe steekproeven van omwonenden. Een dergelijk opzet laat beter dan een eenmalige enquête zien hoe de antwoorden van omwonenden voor en na de campagne verschillen, en hoe de bereikte effecten na verloop van tijd toch weer afnemen.

kwalitatief onderzoek

In plaats van kwantitatief onderzoek is ook een kwalitatieve benadering mogelijk. Dit houdt in dat met bijvoorbeeld een tiental omwonenden wat uitvoeriger wordt gesproken. Het gaat dan niet alleen om elementaire kennis zoals in het bovenstaande voorbeeld. Het moet ook over meer inhoudelijke punten gaan zoals de aard van het risico, de mate waarin men zich veilig voelt en vertrouwen stelt in de zorgverantwoordelijkheid van overheid en bedrijfsleven. Net als bij de presentatie van het voorlichtingsmateriaal wordt dan gesproken op basis van vragen met een tamelijk open karakter. Dit levert meer inzicht in zaken die omwonenden bezighouden. Het is overigens niet eenvoudig om de meestal nogal uiteenlopende antwoorden evenwichtig samen te vatten in een verslag. Degene die dit uitvoert, dient dan ook enige ervaring te hebben met dit soort werk.

projectevaluatie

Voor de evaluatie is het zinvol dat de leden van de projectgroep na afloop van de campagne enige tijd nemen om vast te stellen wat de sterke punten zijn geweest en wat minder goed is gegaan. Dit met het oog op aanbevelingen voor gelijksoortige activiteiten in de toekomst. De aandachtspunten betreffen zowel voorbereiding als uitvoering en effecten. Enkele suggesties van vragen die besproken kunnen worden, zijn:

- Is de voorbereiding voldoende geweest? Zijn er in de loop van de voorlichtingscampagne onverwachte problemen naar voren gekomen, die men had kunnen voorkomen?
- Is de coördinatie goed verlopen, met name qua afstemming tussen overheidsinstanties, tussen bestuurders en projectgroep, en qua timing van de verschillende activiteiten?
- Had de projectgroep achteraf gezien voldoende informatie en

deskundigheid in rampbestrijding en ook in voorlichting?

- Zijn alle activiteiten volgens plan uitgevoerd?
- Is er voldoende zicht op het effect van de voorlichtingsactiviteiten?
- Hoe is het effect te karakteriseren?
- Is er in de toekomst méér of minder inspanning nodig om het gewenste effect te bereiken?
- Moeten er in de toekomst wat de inhoud van de voorlichting betreft, andere accenten worden gelegd?

verslag Het schriftelijk verslag dat ter afronding wordt opgesteld, is als volgt in te delen:

Samenvatting (activiteiten, bevindingen, aanbevelingen)

Evaluatie

- bevindingen projectgroep
- eventuele enquêtegegevens

Bijlagen

- voorlichtingsplan
- schriftelijk voorlichtingsmateriaal
- verslag(en) voorlichtingsbijeenkomsten
- afsneden van kranteknipsels.



VERVALLEN

Bijlage

Gedrag van de bevolking, de media en de verantwoordelijke bestuurders bij rampen

Inhoud

1	Mythevorming
2	Het gedrag van burgers
3	Waarschuwing
4	Evacuatie
5	De rol van de media



VERVALLEN

1.1 Mythevorming

Er is veel onderzoek gedaan naar het gedrag van burgers in het geval van een ramp of ernstige calamiteit. Uit die onderzoeken blijkt dat er een grote tegenstelling bestaat tussen het feitelijke gedrag van burgers en het veronderstelde gedrag.

mythen

Over de reactie van burgers bij een ramp of groot ongeluk bestaan vijf mythen:

- hulpeloosheid • de slachtoffers zijn hulpeloos;
- noodzakelijke hulp • hulp van buiten is noodzakelijk om te overleven;
- overlevingsdrang • een ramp doet de aangeboren overlevingsdrang te niet;
- slachtoffersrol • slachtoffers handelen abnormaal;
- slachtoffer behandeling • slachtoffers zijn gedesoriënteerd en moeten hardhandig (klap in het gezicht) uit hun shock of rouwtoestanden worden gehaald.

bestuurders

Deze mythen bepalen veelal de opvattingen van verantwoordelijke bestuurders over de te verwachte reactie van de bevolking bij een ramp. Zij bepalen tevens hun houding ten opzichte van voorlichting over de rampenbestrijding.

media

De mythen worden door de media al dan niet bewust in stand gehouden. Veel journalisten laten zich bij hun opvattingen over hun werk tijdens rampen door deze mythen leiden. Daarmee versterken zij de houding van verantwoordelijke bestuurders.

de werkelijkheid

Zo kampen verantwoordelijke bestuurders en de media beiden met opvattingen over de houding van de bevolking bij een ramp die door de mythen worden bepaald. Dat heeft effect op hun houding ten opzichte van de bevolking, ten opzichte van elkaar, hun wederzijdse taak en het doel en belang van voorlichting.

Dit hoofdstuk gaat over het werkelijke gedrag van burgers tijdens rampen, hun reacties op waarschuwingen en alarm, hun houding bij evacuatie en de rol van de media.

1.2 Het gedrag van burgers

Paniek

Uit onderzoek blijkt dat veel mensen geloven dat het voor de autoriteiten problematisch is om bij een natuurramp de in paniek vluchtende massa onder controle te houden. Het in paniek vluchtgedrag achterwege blijft, is apathie of een shock-aanval. Dit zijn toestanden die het reactiepatroon van burgers. Vooral media werken mee aan de instandhouding van dit beeld. Onderzoek naar de ervaringen bij rampen toont aan dat paniek eerder uitzondering dan regel is.

begripsverwarring

Wat onder het begrip paniek verstaan moet worden is herhaaldelijk onderwerp van discussie.

Verschillen in definitie leiden gemakkelijk tot spraakverwarring. Een bekende ramponderzoeker (Quarantelli) beschrijft de volgende kenmerken van paniek.

'De angst is onmiddellijk en gelocaliseerd. De vlucht is individueel in die zin dat geen rekening wordt gehouden met degenen met wie normaal wordt rekening gehouden (bijvoorbeeld gezinsleden).'

In zijn artikel: 'The Nature and Condition of Panic'

(American Journal of Sociology, 1954, pag. 267-275)

concludeert E.L. Quarantelli dat in rampsituaties nauwelijks sprake is van paniek in de zin zoals door hem omschreven.

Voor een uitstekend overzicht van de sociaal-

wetenschappelijke rampliteratuur wordt verwezen naar: T.E.

Drabek: 'Human systems response to disaster: An inventory of sociological findings', New York, 1986.

Verschillende omstandigheden en factoren kunnen de kleine kans op paniek verhogen.

Andere onderzoekers (E.L. Janis en C. Mann; 'Decision Making: A Psychological Analyses of Conflict, Choice and Commitment', New York, 1977) spreken van

hyperwaakzaamheid

hyperwaakzaamheid. Bij hyperwaakzaamheid is sprake van een situatie waarin personen een ernstig gevaar voor zichzelf waarnemen en waarbij (al dan niet terecht) de gedachte ontstaat dat slechts één weg tot ontsnapping open staat en deze geblokkeerd dreigt te worden. Met name in aanwezigheid van veel onbekende anderen (geen sociale bindingen) kan dit gevoel van opsluiting ontstaan.

massa-evenementen

Paniek is vooral verbonden met situaties als branden in bioscopen of hotels en massa-evenementen (voetbalwedstrijden, motorrace's e.d.).

Slechte en tegenstrijdige informatie en geruchten kunnen dit proces versterken.

collectief verschijnsel Paniek is vooral een collectief verschijnsel. Voorzover mensen in paniek raken - wat dus lang niet zo vaak voorkomt als wordt gesuggereerd - gebeurt dit vooral in grotere groepen. Onderzoek wijst uit dat zelfs in situaties waarin haast per definitie paniek wordt verwacht, zoals een brand in een grote publieke gelegenheid, er maar weinig paniek van betekenis was.

Algemeen gedrag

actief/passief In het algemeen kan worden gesteld dat vóórweg de meeste direct bij de ramp betrokkenen, na verloop van de eerste klap bekomen zijn, vrij snel actief worden en proberen om zich nuttig te maken. Slechts een kleine groep mensen vertoont excessieve, inadequate reacties. Zij raakt in de war en verliest tijdelijk controle over de eigen motoriek. Verschijnselen van gevoelloosheid en passiviteit treden op naast initiatiefrijk gedrag. Iemand kan emotioneel verdoofd, maar ondanks dat tegelijkertijd de juiste actie om het vege lijf te redden.

informatievoorziening Aangezien paniek meestal een collectief verschijnsel is speelt adequate informatievoorziening zo'n belangrijke rol. Vluchtenden moeten in 'goede banen geleid worden'. De mate waarin sprake is van paniek verschilt van persoon tot persoon en van geval tot geval.

gezin Onderzoek heeft duidelijk aangetoond dat leden van verspreide gezinnen veel sneller emotioneel reageren dan leden van een gezin dat op het moment van de ramp compleet is. De invloed van het gezin en de primaire relaties is niet alleen merkbaar bij de wijze van reageren op de ramp. Hij is ook merkbaar bij de handelingen van mensen die plaatsvinden na de ramp. Bij diverse natuurrampen blijkt dat in meer dan de helft van de gevallen de eerste hulp verleend wordt door verwanten. Pas later komt de professionele hulp.

Conclusie

zelfredzaamheid Geconcludeerd moet worden dat het met paniek wel mee valt. Media, autoriteiten en burgers denken echter dat de bevolking in een rampsituatie massaal in paniek zal raken. De zelfredzaamheid van de bevolking is - gelukkig - tamelijk groot. Alleen wordt in de plannen en draaiboeken met deze zelfredzaamheid onvoldoende rekening gehouden. Er wordt te veel uit gegaan van apathische burgers.

Criminaliteit en normvervaging

- plundering** Er wordt vaak gedacht dat burgers in een rampsituatie ieder normbesef verliezen. Misdaden, roof, verkrachting en plundering zouden in een rampsituatie sterk toenemen. Ook deze veronderstelling kan als mythe bestempeld worden. Plundering is bij rampen helemaal niet zo'n probleem. (Zie bijvoorbeeld : E.L. Quarantelli: 'Disaster Theory and Research', Beverly Hills, 1978). Uiteraard geldt dit niet zonder meer voor andere crisissituaties en grote rellen e.d.
- solidariteit** Rampen laten veel eerder een toename van solidariteit zien. Er ontstaat een gevoel van lotsverbondenheid, waarin tijdelijk de maatschappelijke statusverschillen en de traditionele eigendomsnormen verminderen. Het eigen wordt een belangrijk maatschappelijk goed. Massaal bieden burgers hun hulp aan, er worden spullen verzameld of geld gestuurd.

1.3 Waarschuwing

alarmering De waarschuwingsboodschap is één van de belangrijkste onderdelen van voorlichting bij rampen. De begrippen waarschuwing en alarmering worden niet expliciet onderscheiden. Dikwijls gaat alarmering (bijvoorbeeld sirene's) de waarschuwing (de boodschap) vooraf. We onderscheiden vijf aspecten bij waarschuwing.

Waarschuwing als sociaal proces

Waarschuwing - zo leert onderzoek - is geen eenvoudige zaak van boodschap en reactie. Eenzelfde boodschap kan door verschillende personen op een geheel andere wijze geïnterpreteerd worden.

Zo blijkt dat echtparen met kinderen vaker op de waarschuwingsboodschap reageren en naar de inhoud ervan handelen dan echtparen zonder kinderen.

potentiële dreiging Het communicatieproces start met een dreiging die zo ernstig is of lijkt dat bijvoorbeeld de overheid het nodig vindt een grote burgerij te alarmeren en in te lichten. Het kan ook gebeuren dat waarschuwing en voorlichting achterwege blijven in deze situatie. De inschatting door de zender van de potentiële dreiging en van de effectiviteit van de boodschap voor het gedrag van de doelgroep (ontvangers), bepaalt of de boodschap wordt verzonden. Zowel positieve als negatieve ervaringen uit het verleden kunnen hierbij een rol spelen. Na de beslissing om te waarschuwen moet een keuze worden gemaakt. Een keuze over het tijdstip van verzending, de inhoud van de boodschap en het medium dat voor ver-/uitzending het meest geschikt is. Opnieuw moet een inschatting worden gemaakt en is sprake van een sociaal proces. Lessen en ervaringen uit het verleden evenals eventuele voorlichting in het stadium van rampvoorbereiding kunnen interpretatie en gedrag beïnvloeden.

De zender

Aan alarmering en waarschuwing gaat een (dreigende) rampsituatie vooraf. Na een interpretatie van deze (dreigende) rampsituatie, dikwijls door of in aanwezigheid van overheidsfunctionarissen, dient een beslissing te worden genomen of burgers gewaarschuwd moeten worden.

beslissing

In de praktijk blijkt het dikwijls om verschillende redenen moeilijk tot deze beslissing te komen.

Het belangrijkste probleem dat hieraan ten grondslag ligt is

Informatie

de moeilijkheid om een goed beeld te vormen van het gebeurde en de situatie. Het begin van een (dreigende) rampsituatie kenmerkt zich door een grote mate van onzekerheid. Dikwijls is onduidelijk wat er precies is gebeurd. Een ramp voltrekt zich vaak snel en onverwacht en het dreigende karakter leidt tot de noodzaak enige afstand te bewaren. In de chaotische, eerste fase is betrouwbare en eenduidige informatie schaars. Goede informatie is noodzakelijk en tegelijkertijd het knelpunt.

Als overheidsfunctionarissen en autoriteiten tenslotte overtuigd zijn van de noodzaak burgers (bijvoorbeeld omwonenden) te informeren, dient een keuze gemaakt te worden over de vorm en inhoud van de boodschap, het medium en het tijdstip van verzending van het bericht. Veel onderzoek laat zien dat autoriteiten heel lang wachten met het waarschuwen van de bevolking. Zowel de angst voor onnodige paniek onder de bevolking als tactische/politieke redenen kunnen er toe leiden dat er niet of zeer laat wordt gewaarschuwd.

Effect

Om te bereiken dat de boodschap een groot mogelijk effect sorteert, is het gunstig indien de zender voldoet aan de volgende eigenschappen:

- betrouwbaar;
- bekend;
- geloofwaardig;
- deskundig.

betrouwbaar Betrouwbaar zijn in een rampsituatie over het algemeen de autoriteiten.

bekend Autoriteiten met een grote bekendheid onder de bevolking sorteren een groter effect.

geloofwaardig Geloofwaardigheid duidt op de voorbeeldfunctie van bijvoorbeeld de burgemeester. Redelijke bekendheid is

deskundig daarvoor noodzakelijk. Deskundigheid tenslotte veronderstelt dat de zender op de hoogte is van het gebeurde en de knelpunten onderkent.

De boodschap

Er zijn een aantal kenmerken waaraan een goede waarschuwingsboodschap dient te voldoen.

De waarschuwing moet:

- helder en eenduidig zijn;
- aangeven wat de dreiging is;
- concreet aangeven wat de meest geschikte reactie is op de dreiging;
- aansluiten bij de beleavingswereld van de ontvanger;
- herhaald worden.

De boodschap moet zo geformuleerd zijn dat deze niet voor verschillende uitleg vatbaar is. De ontvanger moet begrijpen dat de boodschap voor hem of haar bedoeld is.

De boodschap dient aan te sluiten bij de belevingswereld van de ontvanger. Dat betekent onder andere dat een goede waarschuwingsboodschap goed leesbaar en begrijpelijk is.

allochtonen Dat geldt ook voor inwoners van niet-Nederlandse afkomst (goed verstaanbaar). Hij moet niet te lang zijn (anders is de strekking niet te onthouden) en realiseerbaar (geen onmogelijke dingen vragen). Verder moet de boodschap regelmatig te worden herhaald.

Zoveel als mogelijk dient de boodschap daarbij ongewijzigd te blijven. Wanneer van verschillende zenders gebruik wordt gemaakt moet de eenduidigheid van de verschillende boodschappen voorop staan. Nuance-verschillen kunnen aanleiding geven tot onduidelijkheid en geruchtvorming.

Het medium

onderzoek Er is veel onderzoek verricht naar de keuze en het succes van verschillende media voor het overbrengen van de waarschuwingsboodschap. Daar vallen echter weinig harde conclusies uit te trekken.

Hoewel de massa-media een belangrijke rol spelen in het waarschuwingsproces, blijkt veelvuldig dat grote groepen de eerste berichten over de dreiging of rampsituatie via anderen (familieleden, burens, vrienden) vernemen.

De keuze tussen verschillende media wordt beïnvloed door de vraag wie bereikt moeten worden. Daarnaast kunnen door de ramp zelf bepaalde kanalen uitgeschakeld zijn. Een goede media-strategie is dan ook één van de belangrijkste onderwerpen in het planningsproces.

media-strategie Deze media-strategie bevat keuzen tussen media, aandacht voor uitval van media en het inbouwen van de mogelijkheid van overdaad. Daarnaast gaat het om overleg met media in de voorfase en inzicht in de rol en betekenis van media in een rampsituatie.

De ontvanger

reactie De reactie van de ontvanger op de boodschap varieert al naar gelang de situatie.

Indien de ontvanger zelf kennis heeft genomen van de (dreigende) rampsituatie, is de kans op acceptatie van de boodschap en de geloofwaardigheid van boodschap en zender

herkenning	het grootst. Bij een explosie, aardbeving, overstroming of bosbrand is het gevaar meestal merkbaar of te zien. Wanneer deze herkenning niet plaats heeft, is de eerste reactie na een waarschuwingsboodschap er vooral één van ongelooft. De ontvanger van de boodschap negeert het bericht, of de ontvanger gaat op zoek naar bevestiging van het bericht. Bevestiging wordt gezocht bij familieleden, autoriteiten of de massa-media. Indien de boodschap regelmatig wordt herhaald en er van meerdere media gebruik wordt gemaakt, wordt de kans vergroot dat burgers de waarschuwing horen en bevestiging van het ongelooflijke bericht plaats heeft. Wanneer de ontvangers overtuigd zijn van de juistheid van het bericht, wordt een inschatting gemaakt van het persoonlijk risico en de eventuele maatregelen die genomen kunnen worden om het risico te beperken. De belangrijkste vragen zijn: zal ik gevaar lopen en wat kan ik doen. Een aantal zaken speelt hierbij een rol. De factor tijd (hoeveel tijd rest mij om te handelen) is van betekenis, maar vooral de gezinsituatie blijkt het gedrag van de ontvangers sterk te beïnvloeden.
familie	In rampsituaties valt de rol van de primaire groep, het gezin of de familie, nauwelijks te overschatten. Door gezinsleden worden velen over de (dreigende) ramp op de hoogte gebracht. Hoe snel men handelt hangt af of een gezin compleet is.
ervaring	Tenslotte kan ervaring met eerdere rampsituaties en waarschuwingen van invloed zijn op het gedrag van burgers. Ervaring werkt in het algemeen positief hoewel het gevaar van analoog redeneren (de vorige keer viel het mee dus het zal nu wel weer meevallen) ook niet ondenkbaar is. Indien een groep burgers enkele malen onnodig gewaarschuwd is, kan het "roepende in de woestijn" syndroom ontstaan. Loos alarm tast de alertheid en paraatheid aan.

1.4 Evacuatie

Evacuatie is het geheel van logistiek en transport om mensen van een relatief onveilige plaats te verwijderen en naar een tijdelijke, veilige plaats te brengen. Evacuatie is één van de mogelijke beschermende maatregelen. Een andere mogelijkheid is de bescherming in huis te zoeken. In Nederland is weinig ervaring opgedaan met grootschalige evacuaties.

preventie

Er zijn verschillende vormen van evacuatie. Preventieve evacuatie heeft voor de (eventuele) rampsituatie plaats en kenmerkt zich door een korte tijdsduur. Dit is een vorm van evacuatie die zowel bij allerlei soorten (dreigende) rampsituaties als bij onlogische dreigingen voorkomt. Bij kortstondige preventieve evacuatie blijft in de meeste gevallen een ramp uit. Wanneer de dreiging voorbij is kunnen de burgers weer terug naar huis.

rampsituatie

Indien zich een ramp voordoet nadat burgers geëvacueerd zijn zal de periode van evacuatie meestal langer duren. Bij deze evacuaties moet bescherming worden geboden aan de evacué's voor zolang de rampsituatie duurt of terugkeer onmogelijk is.

nazorg

Een derde vorm van evacuatie is een kortstondige evacuatie nadat de ramp zich heeft voltrokken. Deze evacuatie is erop gericht om al dan niet gewonde overlevenden uit een getroffen gebied op te sporen en te redden.

langdurige evacuatie

Tenslotte kan men zeer langdurig gedwongen evacuatie onderscheiden. Van recente datum zijn de evacuaties na de giframpen in Seveso, Bhopal en de kernramp in Tsjernobyl. De lange duur van de evacuatie kan veroorzaakt worden door de tijd die erover heen gaat voordat de huizen zijn herbouwd en de wegen zijn hersteld of door besmetting van het gebied.

De praktijk

onderzoek

Het meeste onderzoek naar evacuaties heeft betrekking op de preventieve, kortstondige evacuatie. (Zie bijvoorbeeld: R.W. Perry: 'Comprehensive Emergency Management: Evacuating Threatened Populations', Greenwich, 1985.)

Belangrijke bevindingen uit dit onderzoek sluiten nauw aan bij datgene wat in het voorgaande is gezegd over waarschuwing en paniek.

Wanneer de ramp als zodanig zicht-, hoor- of merkbaar is, heeft eerder evacuatie plaats. Complete gezinnen evacueren sneller dan niet complete gezinnen, alleenstaanden en bejaarden.

redenen Belangrijke redenen waardoor burgers na een waarschuwing evacueren zijn de inschatting dat het gevaar groot is, de geloofwaardigheid van de waarschuwingsboodschap, het feit dat autoriteiten hen dat geadviseerd hebben en de constatering dat anderen eveneens evacueren.

Argumenten om niet te evacueren zijn tegenstrijdige of onduidelijke berichten, de afwezigheid van een officieel evacuatiebevel, de angst voor plundering van de woning, gezinnen die op het moment van alarmering niet compleet zijn en de inschatting, eventueel gebaseerd op lessen uit het verleden, dat het met de dreiging wel meevalt.

evacuatie-eenheid Het gezin is meestal de evacuatie-eenheid. Indien het gezin niet bij elkaar is op het moment van de waarschuwing, wordt eerst getracht in contact met elkaar te komen. Als de tijd niet toelaat wordt gewacht tot het gezin compleet is. Wanneer het gezin niet compleet is en er geen onderling contact is geweest, wordt in sommige gevallen de evacuatie afgebroken. Een onlosmakelijk deel van het gezin zijn ook de huisdieren (vooral honden en katten).

bereidwilligheid Velen verwachten dat de bevolking graag bereid is in geval van nood te evacueren. Verschillende studies wijzen echter uit dat grote groepen burgers niet snelle bereid zijn 'huis en haard' te verlaten om een nieuwe onzekere situatie tegemoet te gaan.

Technologische ramp

Het meeste evacuatie-onderzoek is gebaseerd op natuurrampen. De bereidheid om te evacueren bij een technologische ramp is waarschijnlijk groter. Dat wordt verklaard door gebrek aan ervaring met dergelijke rampen en een grotere mate van onbeheersbaarheid en onzekerheid. Individuen hebben weinig mogelijkheden om zich te beschermen tegen blootstelling van giftige stoffen of straling. De afhankelijkheid van autoriteiten zou in een dergelijke situatie groter zijn.

afhankelijkheid Onderzoek over het gedrag van burgers wanneer zij hun huizen verlaten laat zien dat slechts een beperkt deel van de evacué's in opvangcentra terecht komt. Het leeuwedeel brengt een korte of langere tijd door bij familie of vrienden, in het tweede huis of zelfs in een hotel.

opvangcentra Ten onrechte bestaat dan ook bij velen het idee dat de meeste evacué's naar speciaal ingerichte opvangcentra gaan om daar te blijven tot zij weer naar huis kunnen gaan.

Vooral ouderen, alleenstaanden en lagere inkomensgroepen bevolken zulke opvangcentra; mensen die echt geen andere mogelijkheid hebben. Over het algemeen worden dergelijke centra bij voorkeur gemeden.

1.5 De rol van de media

Waar rampen zijn, zijn vrijwel altijd journalisten, fotografen en televisiecamera's. Rampen en andere crises zijn 'big business' voor de media. Dergelijke gebeurtenissen hebben aantrekkingskracht omdat zij alles bevatten dat mensen boeit. Pure tragedie en heldendom, angstaanjagende gebeurtenissen en diepe emoties. Aspecten die rampen van zoveel andere laagse gebeurtenissen onderscheiden.

nieuwswaarde

Rampen en ongevallen zijn vooral zo aansprekend omdat iedereen slachtoffer kan zijn. Rampen betreffen bovendien tot die zeldzame gebeurtenissen waar bij gewone mensen nieuwswaarde krijgen omdat zij (meestal) slachtoffer zijn.

publiciteitswaarde

Voor de media zijn rampen interessant omdat deze gebeurtenissen veel pakkende verhalen opleveren en zeer geschikt zijn om te visualiseren. Een foto of enkele televisiebeelden kunnen soms meer te weeg brengen dan vele pagina's tekst.

Televisie is daarom een medium dat bij uitstek geschikt is om rampen te verslaan.

Bovendien is een ramp of grote calamiteit nieuws.

Problemen

De komst van heel veel journalisten en fotografen plaatst de autoriteiten nogal eens voor problemen. Daarom wordt die komst door de verantwoordelijke bestuurders vaak uiterst negatief beoordeeld.

mogelijkheden

De media geven, zo is vaak de opinie, meer last dan gemak. Daar staat tegenover dat ook blijkt dat de massa-media een belangrijke functie kunnen vervullen in het proces van voorlichting en rampbestrijding.

Er is een aantal regelmatigheid in de relatie tussen media en rampen. Achtereenvolgens zal aandacht worden geschonken aan de aanwezigheid van de media in rampsituaties, de produkten van de massamedia, de verhouding tussen media en autoriteiten en de positieve aspecten van de media in rampsituaties.

Aanwezigheid en wensen massamedia

In vrijwel alle gevallen zijn de massamedia snel op de hoogte van het feit dat zich ergens een (dreigende) ramp voordoet of heeft plaats gehad. Zij sturen direct verslaggevers, fotografen en filmploegen naar het rampgebied.

Er zijn duidelijke verschillen tussen de diverse media.

radio

De radio komt in veel gevallen het eerst met informatie over

schrijvende pers

televisie

een ramp. De schrijvende pers kan enige afstand van de actualiteit van de ramp nemen en de nodige achtergrondinformatie verstrekken. De televisie is meestal gebonden aan de uitzendtijden van nieuws- en actualiteitenrubrieken. Voorlichters en autoriteiten houden daar bij het verschaffen van informatie dan ook dikwijls rekening mee. Verder zijn beelden van de rampsituatie voor het medium televisie absoluut noodzakelijk.

Er bestaan ook grote verschillen tussen lokale en regionaal gebonden media, de nationale media en tenslotte de internationale media. De verschillende media hebben duidelijk verschillende interessen. Na een hevige overstroming in Florence waren de landelijke media geïnteresseerd in het aantal slachtoffers en de totale schade. Amerikaanse journalisten wilden met name weten of andere eeuwenoude gebouwen en andere kunstwerken de overstroming hadden overleefd.

Tenslotte blijkt de aandacht van de media zich te concentreren op een beperkte tijdsspanne. De media zijn met name geïnteresseerd in de ramp zelf. De voorgeschiedenis en de hele nasleep krijgen veel minder aandacht.

Operationeel

De aanwezigheid van grote aantallen journalisten en camera-ploegen leidt direct tot zowel beleidsmatige als operationele problemen. De beleidsmatige aspecten komen verderop aan de orde. Hier gaat het om operationele problemen die zich op veel manieren manifesteren.

fysieke druk

De verspreiders van de media leggen beslag op schaarse middelen. Vooral in de eerste fase gebruiken zij de slechts beperkt aanwezige communicatie- en transportmiddelen en andere schaarse voorzieningen en bronnen (bijvoorbeeld hotelkamers, restaurants e.d.). Bij grote rampen gaat het vaak om honderden journalisten die behoefte hebben aan electriciteit, telefoons, telefoonlijnen en faxen om hun berichten en artikelen door te seinen.

Vliegtuigen, taxi's en andere vervoermiddelen zijn nodig om bij de rampplaats te komen.

pressie

Behalve deze fysieke druk van de massamedia is er ook op andere wijze sprake van druk. Journalisten willen informatie. De informatie die zij verlangen is tamelijk voorspelbaar. Het gaat om wie, wat, wanneer, waar, waarom, hoe, hoe omvangrijk en hoeveel.

De massamedia zijn geïnteresseerd in feiten, harde gegevens, getallen, overzichten, kaarten, e.d. Verslaggevers zijn getraind in het vragen naar specifieke, gedetailleerde feiten over de gebeurtenis. Ze zetten de autoriteiten onder druk om de exacte aantallen doden, gewonden, vermisten en overlevenden te achterhalen. Zij willen cijfers over de totale schade en de economische gevolgen. Daarnaast zijn de journalisten geïnteresseerd in het vragen naar het hoe en waarom en de eventuele schuldvraag.

Producten van de media

onderzoek Er is de laatste jaren vrij veel onderzoek verschenen over de wijze van berichtgeving van de massa-media bij rampen. Bij deze analyses ligt de nadruk vooralsnog met name bij de geschreven pers en minder bij televisie en film. Er zijn vijf constanten te onderscheiden.

instandhouding mythen De massamedia werken mee aan de instandhouding van verschillende mythen als paniek en plunderingen. Hoewel veel onderzoek aantoont dat paniek en plunderingen zeldzame verschijnselen zijn, schrijven en spreken de media veelvuldig over deze thema's. Zelfs zogenaamde journalisten houden vaak de mythe van paniek in stand door expliciet te vermelden dat daar deze keer geen sprake van was. Waarschijnlijk worden deze mythen meer door televisie en film dan door de geschreven pers in stand gehouden.

onjuiste informatie In een ramp situatie wordt snelheid belangrijker gevonden dan nauwkeurigheid. De eerste berichten bevatten vaak meer onjuiste dan juiste informatie. Daarbij spelen meerdere factoren een rol. Ten eerste onjuiste berichten zijn altijd nog beter dan geen berichten. Zij kunnen immers later worden herroepen. Bij een technologische ramp is het vaak moeilijk precies uit te leggen wat de oorzaak is. Dat geldt ook voor het volledig en juist vermelden van de gevaarlijke stoffen die zijn vrijgekomen of het correct vertalen en weergeven van de informatie zoals deze door de deskundigen aan hen is verschaft.

vorming van geruchten In crises vervalt de in normale situaties gebruikelijke gewoonte van het controleren van informatie. Het bewaken van de juistheid van de informatie die uitgezonden of gepubliceerd wordt, valt weg. Geruchten worden in crisis-situaties veel gemakkelijker overgenomen dan in normale situaties. Bij afwezigheid van voldoende informatie wordt informatie gemaakt. Juist grote fluctuaties in veel en weinig informatie werken de vorming van geruchten in de hand.

selectieve aandacht De media blijken vooral aandacht te besteden aan een beperkt aantal, zeer voorspelbare onderwerpen. Het gaat om heldendom en individueel leed, aantallen slachtoffers, de mogelijke oorzaak van de ramp en de reddingsoperatie.

Andere aspecten, zoals het optreden van de diverse in de zijlijn opererende hulpdiensten en de (lange termijn) gevolgen van de gebeurtenis, krijgen veel minder aandacht.

overdrijving De media hebben de neiging om de omvang van een ramp te overdrijven. Foto's en film richten zich vooral op het 'episch centrum'. De meest getroffen gebieden en het grootste leed staan centraal. A-typische voorbeelden worden extra belicht.

Verhouding tussen media en autoriteiten

De stroom van journalisten en andere vertegenwoordigers van de pers geeft een enorme druk op de autoriteiten. Bepaalde belangrijke hulpmiddelen worden door de media ten eigen faveure aangewend. De autoriteiten worden vaak gevallen door de media en worden onder druk gezet om persconferenties te houden en perscommuniqués te geven. Vaak zouden de autoriteiten de pers liever kwijt zijn dan rijk. Veel autoriteiten zouden in een rampsituatie de media graag pas in een later stadium inlichten.

kritiek Dikwijls vinden de autoriteiten dat de media de hulp- en reddingsoperatie compliceren. De gehele operatie zou beter verlopen als de media niet alle handelingen van de autoriteiten zo nauwlettend zouden volgen, hun beslissingen in twijfel trekken en commentaar kritiek uiten.

pressie Daarnaast eisen de media van de autoriteiten regelmatig informatie over de laatste ontwikkelingen. Op zegslieden en voorlichters wordt constant een beroep gedaan en van autoriteiten wordt verwacht dat zij voor de camera verschijnen.

prioriteiten Voor de autoriteiten gelden echter dikwijls geheel andere prioriteiten. Zij hebben het gevoel dat zij hun tijd beter aan belangrijker zaken kunnen besteden zoals het begeleiden van de evacuatie, het controleren van de hulp- en reddingsoperatie.

Deze houding van de autoriteiten ten opzichte van de media heeft bepaalde consequenties. Dikwijls blijkt dat de bestuurlijke overheden zich onvoldoende realiseren welke gevolgen de komst van de massa-media hebben in een rampsituatie. Wanneer zich dan een ramp voltrekt, dient volledig geïmproviseerd te worden. Persvoorlichters moeten worden aangewezen, een perscentrum gezocht en extra communicatiemiddelen georganiseerd. Autoriteiten worden niet alleen verrast door de ramp als zodanig, de omvang waarin en de snelheid waarmee de pers ter plaatse is, zorgt eveneens voor de nodige stress.

Dan blijkt de kennis over de betekenis van de pers in een crisissituatie onvoldoende aanwezig te zijn.

Meestal bestaat bij de lokale autoriteiten immers nauwelijks ervaring met een dergelijke rampsituatie. Terwijl aan de andere kant, voor de (internationale) pers het verslaan van een ramp een soort routine is geworden.

Voorbereiding

Voorzover autoriteiten al enige tijd hebben besteed aan een onderwerp als crisismanagement of rampenbestrijding in de pré-rampsituatie, is deze beperkt gebleven tot operationele aspecten. Voorbereiding en planning met betrekking tot de komst van de media hebben nauwelijks plaats.

Als gevolg van de druk door de media op de autoriteiten komt het nogal eens voor dat de verantwoordelijken te snel informatie verschaffen over aanpak en voorlopige conclusies over de oorzaak. Om (tijdelijk) onder de druk van de media uit te komen wordt onvoldoende informatie naar buiten gebracht.

officiële bronnen

De media zelf tenslotte geven dikwijls een beeld over de ramp vanuit de commandopost. In ramp situaties leunen de massamedia voor hun informatie sterk op de officiële bronnen. Die bevinden zich meestal in het beleidscentrum. Daarom wordt vooral het officiële gezichtspunt van de ramp weergegeven. De activiteiten van de traditionele organisaties, waarvan representanten in de commando-post aanwezig zijn, worden vermeld. Activiteiten van andere informele organisaties en leiders ter plaatse, die dikwijls in een rampsituatie van essentieel betekenis zijn, worden genegeerd.

Positieve functie van de media

Over de betekenis en gevolgen van de activiteiten van de media in rampsituaties wordt vanzelfsprekend verschillend gedacht. Het grote publiek verwacht van de media dat zij uitgebreid verslag doen van een rampsituatie. De autoriteiten, dikwijls onvoldoende voorbereid, beschouwen de aanwezigheid van de media als een noodzakelijk kwaad. De media zelf zien rampen als gebeurtenissen die bij uitstek geschikt zijn om te verslaan.

Toch valt er op basis van onderzoek meer over de aanwezigheid van de media te zeggen. De media vervullen dikwijls een belangrijke functie in een rampsituatie. Er kunnen tenminste een vijftal aspecten onderscheiden worden:

- pré-ramp informatie en educatie;
- waarschuwing;
- mobilisatie;
- algemene informatie verspreiding;
- na-ramp informatie.

Pré-ramp informatie en educatie

positieve bijdragen De media kunnen een belangrijke rol spelen bij voorlichtingscampagnes over bijvoorbeeld 'hoe te handelen in rampsituaties'. Als zij daaraan aandacht besteden, leveren zij een positieve bijdrage aan de kennis van de burgers op dat punt.

beïnvloeding Dergelijke campagnes mislukken veel sneller als de ondersteuning ontbreekt. Onderzoek naar de voorlichting bij een grootschalige bomontzuiming in Rotterdam bevestigt dat beeld.

Daarnaast wordt de bewustwording van de bevolking voor eventuele gevaren sterk door de media beïnvloed. Juist de uitvoerige aandacht in de media voor de veiligheid van kerncentrales na de ramp in Tsjernobyl - kennelijk kan er toch iets misgaan - heeft in vele landen de houding van de bevolking tegenover kernenergie sterk veranderd. De mate van risicobewustzijn wordt sterk beïnvloed door de media.

Waarschuwing

Bij waarschuwing en alarmering spelen de media een uiterst belangrijke rol. Burgers worden dikwijls via de media op (de dreiging van) een ramp geattendeerd. Informatie van de media wordt vervolgens vooral mondeling (via familie, bureaus en kennissen) verspreid.

bevestiging Daarnaast vervullen de media een centrale rol bij de bevestiging van de berichten. De eerste reactie van burgers na een alarmerend bericht is er vooral één van ontkenning. Vervolgens zoeken zij naar bevestiging. Daarbij kunnen media vooral belangrijk zijn.

Mobilisatie

De media kunnen een bijdrage leveren aan de mobilisatie van hulp van buiten het direct getroffen/betrokken gebied. Vaak leidt berichtgeving over een ramp tot een overstelpend aanbod aan vrijwillige hulp.

massa-bestorming De andere kant van deze mobilisatie is de massa-bestorming. De komst van vele personen die in het geheel niet gewent zijn: nieuwsgierigen, ramptoeeristen en te grote aantallen hulpverleners en hulpgoederen. Het is lastig om tussen die twee aspecten een juiste balans te vinden. In de voorbereiding dient met dit aspect rekening te worden gehouden.

Algemene informatieverspreiding

Vaak wordt een plaatselijke of regionale radiozender een rol toebedacht bij het informeren van de bevolking en het personeel van de betrokken instanties tijdens een rampsituatie.

Het kan zelfs zover gaan dat het crisiscentrum de radio nodig heeft om een goed beeld van de gebeurtenissen en de ontwikkelingen te houden. De media krijgen niet, zoals te verwachten, hun informatie vanuit het centrum, maar de informatiestroom loopt juist andersom.

In een dergelijke, verre van optimale, situatie waarbij het crisiscentrum zijn functie (coördinatie) heeft verloren, neemt de kans op de verspreiding van geruchten toe. Geruchten zijn hardnekkig zolang aard en oorsprong niet achterhaald en zodoende bestreden kunnen worden.

Na-fase

De media kunnen na de ramp een positieve rol vervullen in het stadium na de ramp. In Groot-Brittannië is vooral door de media de problematiek van post-traumatische stress onder de bevolking gekomen. Tevens kan door de media een adequate financiële afhandeling na een ramp worden gestimuleerd en versneld worden.

VERVALLEN

II

Bijlage

Bijlage van de Seveso-richtlijn

Inhoud

III Publikatieblad van de Europese Gemeenschappen



VERVALLEN

VERVALLEN

Bijlage van de Seveso-richtlijn

Publikatieblad

Gegevens die krachtens artikel 8, lid 1, aan het publiek moeten worden verstrekt

- a De naam van het bedrijf en de locatie.
 - b De identiteit van de persoon die de informatie verstrekt, te specificeren aan de hand van zijn functie.
 - c Een bevestiging van het feit dat de regelingen en/of bestuursrechtelijke bepalingen ten uitvoering van de richtlijn op de locatie van toepassing zijn en dat de in artikel 5 bedoelde kennisgeving, tenzij in ieder geval de in artikel 9, lid 3, bedoelde verklaring bij de bevoegde instantie is ingediend.
 - d Een uitleg in eenvoudige bewoordingen van de op de locatie uitgevoerde activiteiten.
 - e De gangbare benamingen en, of, in het geval van opslag die onder deel II van bijlage II valt, de generische benamingen of algemene indeling in gevarenklassen van de stoffen en preparaten die op de locatie aanwezig zijn en een rol kunnen spelen bij het ontstaan van een zwaar ongeval, alsmede een indicatie van de voornaamste gevaarlijke eigenschappen ervan.
- Algemene informatie over de aard van de mogelijke zware gevallen, inclusief de potentiële gevolgen voor de bevolking en het milieu.
- f Adequate informatie over de wijze waarop de bevolking in kwestie bij een ongeval gewaarschuwd en op de hoogte gehouden wordt.
 - g Adequate informatie over de door de bevolking in kwestie bij een ongeval te treffen maatregelen en te volgen gedragslijn.
 - h Een bevestiging van het feit dat het bedrijf gehouden is de nodige contacten te leggen met de rampenbestrijdingsdiensten, ten einde ongevallen het hoofd te bieden en de gevolgen ervan zo gering mogelijk te houden.
 - i Een verwijzing naar het externe rampenplan dat is opgesteld om eventuele buiten de locatie merkbare gevolgen van een ongeval te bestrijden. Hierin moet het advies zijn opgenomen om bij een ongeval in te gaan op iedere aanwijzing en ieder verzoek van de rampenbestrijdingsdiensten.
 - k Gedetailleerde gegevens over de wijze waarop, met inachtneming van de in de nationale wetgeving neergelegde bepalingen inzake vertrouwelijkheid, nadere informatie kan worden verkregen.

VERVALLEN

III

Bijlage

Voorbeelden voorlichtingsmateriaal

Inhoud

III.1

Voorlichtingsmateriaal gemeente Rotterdam

III.2

Voorlichtingsmateriaal gemeente Hengelo



VERVALLEN



ALS DE
SIRENE
GAAT...

VERVALLEN

GA DIREKT NAAR BINNEN.
SLUIT RAMEN EN DEUREN.
LUISTER NAAR RADIO RIJNMOND.

GEMEENTELIJKE INFORMATIE OVER RAMPENBESTRIJDING.



RAMPENBESTRIJDING.

Een natuurramp, vliegtuigongeluk, lekkende tanker, explosie, gifwolk of ander dreigend onheil waarbij veel mensenlevens op het spel staan... we denken er liever niet aan.

Gelukkig komen rampen in Nederland zelden voor. Toch is het nodig er wel bij stil te staan. Want er is altijd een kans - hoe klein ook - dat zich wel een ramp voordoet.

Ook een gebeurtenis in het buitenland kan voor u gevolgen hebben. Denk aan de ramp met de kerncentrale in Tsjernobyl. De risico's waaraan we tegenwoordig bloot staan zijn toegenomen. Dat geldt vooral voor gevaarlijke stoffen.

De overheid heeft de taak de gevolgen van een ramp te beperken. Er is een speciale organisatie voor de rampenbestrijding. Dat is geregeld in het Rampenplan.

In deze folder leest u wat u moet doen bij een ramp. Ook de sirene, dan hoort u via Radio Rijnmond wat u verder moet doen.



ALS DE SIRENE GAAT.

Als de sirene gaat is er sprake van alarm. Er is dan beslist meer aan de hand dan alleen stank of prikkelende lucht.

Hoort u de sirene, ga zo snel mogelijk (ergens) naar binnen of blijf binnen. Dit geldt voor iedereen. Dus ook als u op het werk bent, auto rijdt of op school bent. Sluit ramen en deuren. Stem af op Radio Rijnmond om te horen welk gevaar er dreigt en wat u moet doen: blijven of evacueren.

Ook hoort u via Radio Rijnmond hoe groot het gebied is waar het gevaar dreigt. Dan weet u in elk geval of uw familie of kennissen zich binnen of buiten het alarmgebied bevinden.

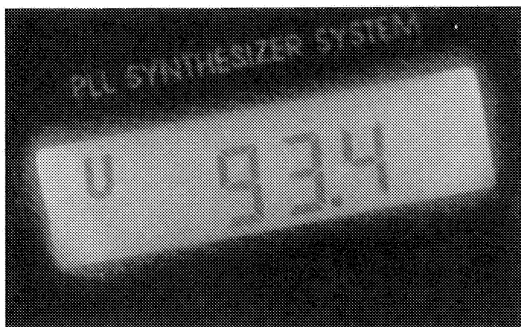
Indien de situatie weer veilig is, hoort u dat ook via Radio Rijnmond.

SIRENE-TEST EN LOOS ALARM.

Iedereen kent wel het geluid van de sirene. Elke eerste maandag van de maand om klokslag 12 uur worden de sirenes getest.

Valt die maandag net op een feestdag, dan is de test een week later. U weet dan: "Dit is een test, er is geen alarm".

De sirene kan door een storing afgaan. In zo'n geval hoort u via Radio Rijnmond dat er sprake is van loos alarm.



INFORMATIE VIA RADIO RIJNMOND.

Radio Rijnmond is de officiële "rampen-zender". Dit betekent dat de gemeente bij een ramp via deze zender officiële informatie en instructies aan u verstrekt. Als er 's nachts een ramp gebeurt, dan stelt de gemeente de zender in werking nadat de sirene is gegaan. Via Radio Rijnmond hoort u van of namens de burgemeester wat er aan de hand is en wat u moet doen. De berichten worden steeds herhaald en aangevuld. Blijf dus luisteren.

Radio Rijnmond ontvangt u via het FM-kanaal 93.4. Let op: is uw radio aangesloten op de kabel, dan is de frequentie anders! Bij deze folder hoort een sticker met kleine pijltjes. Zoek Radio Rijnmond op. Plak de pijltjes op de afstemschaal van uw radio. Doe dit ook bij uw andere (draagbare) radio's.

Ook de tv-zender Nederland 1 kan gemeentelijke informatie geven. Zo'n tv-uitzending wordt via Radio Rijnmond aangekondigd.

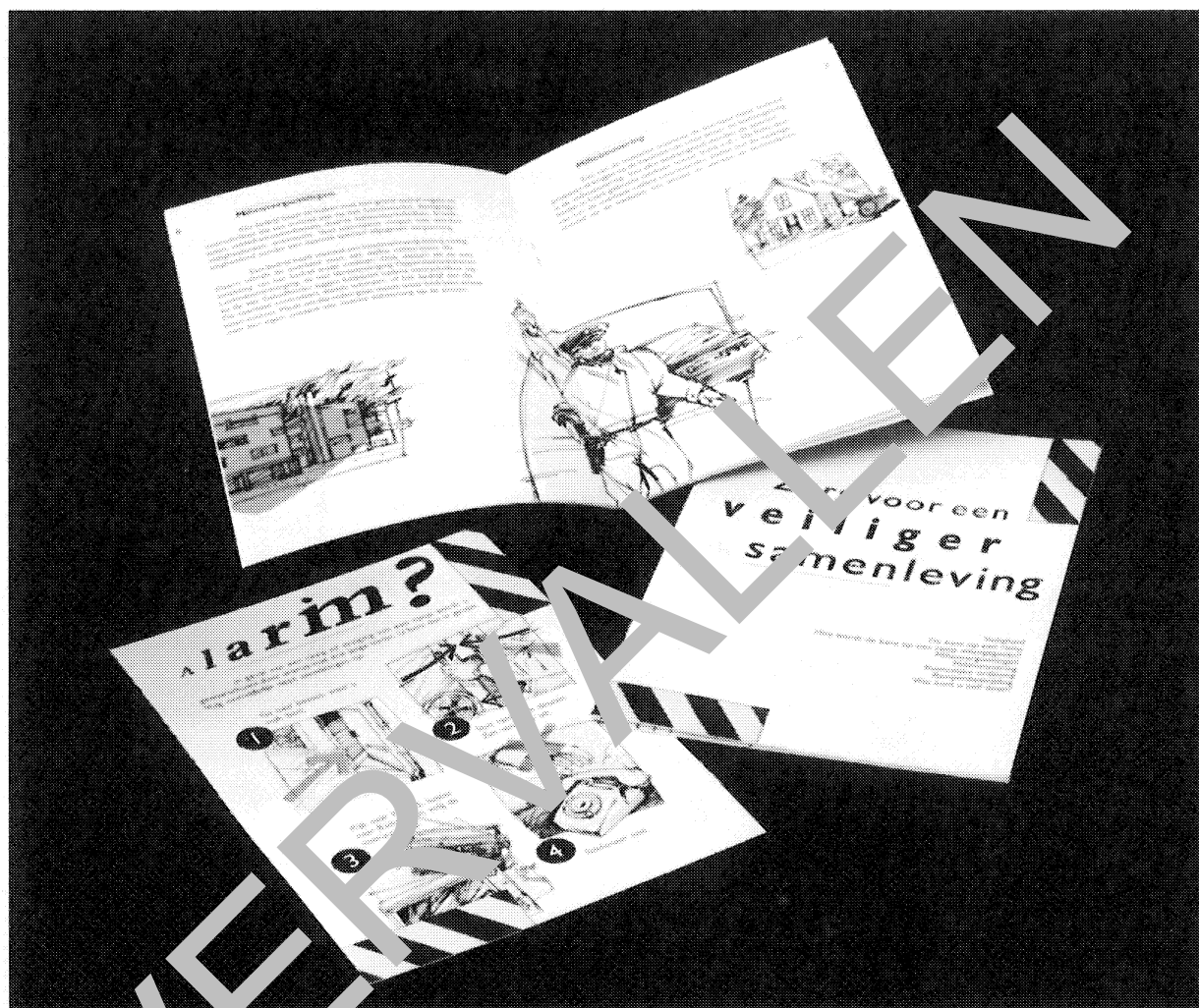


SAMENGEKOMEN.

Bewaar deze folder en houd: This leaflet contains information from the municipality about what to do when you hear the emergency siren. The first three things you must do are:

1. Als de sirene gaat... 1. Go immediately indoors.
2. Sluit ramen en deuren. 2. Close all doors and windows.
3. Luister naar Radio Rijnmond (93.4 FM). 3. Listen to Radio Rijnmond (FM 93.4 metres).

- De folderde, bir felaketi haber veren (rampen-sirene) sesini duyduğunuzda neler yapmanız gerektiği şudur. Böyle bir durumda yapmanız gerekli olan üç şey:
1. Hemen içeri girin!
 2. Pencereleri ve kapıları kapatın!
 3. Radyo Rijnmond'u (FM 93.4) dinleyin!



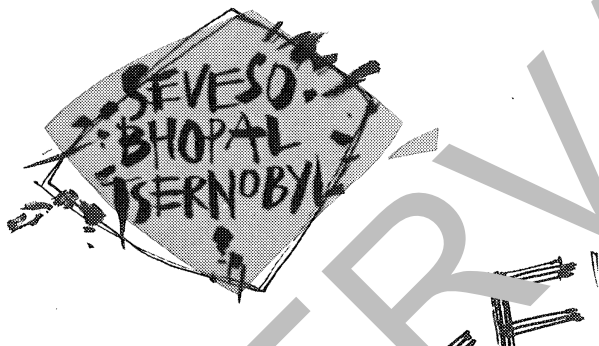
De kans op een ramp

Rampen ontstaan meestal door invloeden van buitenaf. Een grote brand, een explosie, extreme weersomstandigheden, een ongewenste uitstoot van giftige of brandbare stoffen, zouden kunnen uitgroeien tot een ramp.

Met de huidige rekentechnieken kan de kans op een ramp statistisch worden berekend. De chemische industrie is het verst gevorderd met deze rekentechnieken, die nog steeds in ontwikkeling zijn. Met de risico-berekening is gestart na de Seveso-ramp van een aantal jaren geleden waarbij uiterst giftige dampen vrijkwamen. De Europese Gemeenschap heeft daartoe het initiatief genomen. Bedrijven moeten een Externe Veiligheids Rapportage (EVR) opstellen, waarin de aard en de omvang van de risico's van gevaarlijke stoffen voor de omgeving worden beschreven. Naar aanleiding van de uitkomsten van de EVR kunnen aanvullende voorzieningen worden aangebracht om de risico's te beperken.

In onze gemeente is Akzo verplicht zo'n EVR op te stellen.

Omdat de rekentechnieken nog in ontwikkeling zijn, zijn de uitkomsten niet volledig betrouwbaar. Toch is het belangrijk de kans te berekenen. De kans in het ene geval kan dan worden vergeleken met de kans op een ramp in andere gevallen. Op deze manier kan de overheid bepalen, of het risico aanvaardbaar is of niet.



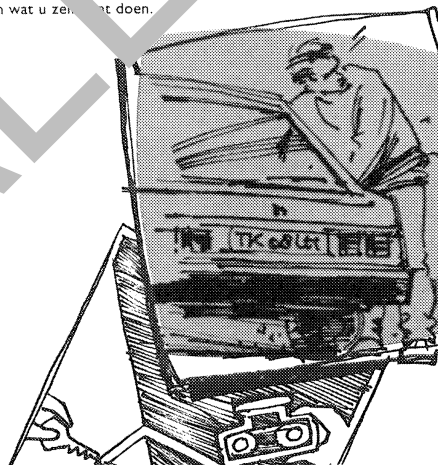
Veiligheid

In de samenleving hebben we te maken met verschillende risico's die onze veiligheid in gevaar kunnen brengen.

Verkeer, criminaliteit, bezigheden in en om het huis, bepaalde sporten brengen risico's met zich mee die vervelend of gevaarlijk kunnen hebben. Gevolgen die soms fataal zijn. Als iemand in een situatie, we tot op zekere hoogte invloed uitoefenen op dergelijke onvolledige situaties. We hoeven niet aan bepaalde soorten te doen of we hoeven niet op een wankel ladder te gaan staan.

Anders is het gesteld met de risico's waar we als burgers geen directe invloed op kunnen uitoefenen, zoals de risico's van opslag, vervoer en verwerking van gevaarlijke stoffen. Daarover gaat deze brochure.

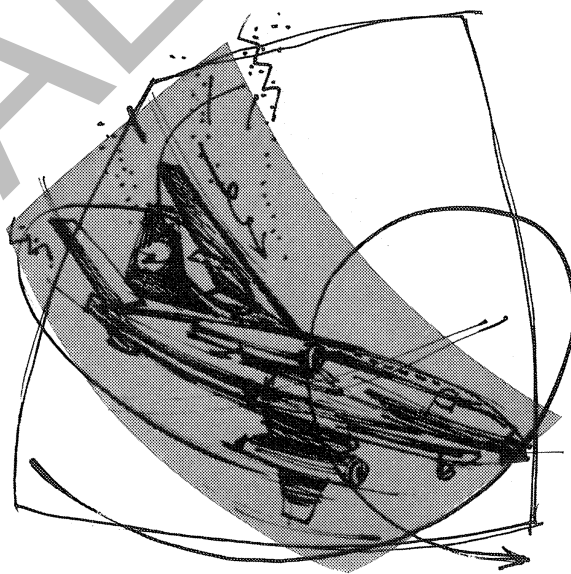
Als overheid beschikken we over een aantal middelen om risico's te verkleinen. Ook als burger kunt u zich aanpassen om de gevolgen van een eventuele ramp zo beperkt mogelijk te houden. In deze brochure willen we u uiteenzetten welke middelen de overheid heeft en wat u zelf kunt doen.



Rampenbestrijding

De overheid tracht door wetten en voorschriften te voorkomen, dat ernstige ongevallen met gevaarlijke stoffen uitgroeien tot rampen. Toch is niet uit te sluiten dat er in onze industriële maatschappij rampen plaatsvinden. Om de gevolgen daarvan zo veel mogelijk te beperken, beschikt de overheid over een uitgebreide organisatie voor rampenbestrijding. Deze organisatie kan op elk gewenst moment in actie komen om professionele hulp te bieden, waar en zo lang dat nodig is. Zij heeft onmiddellijke toegang tot zeer veel faciliteiten zoals extra brandweerkorpsen, extra artsen en verplegend personeel, opvangcentra, transportmogelijkheden en faciliteiten voor telecommunicatie. De rampenbestrijdingsorganisatie is erop gericht schade aan mens, dier en omgeving zo veel mogelijk te beperken en de situatie snel weer onder controle te krijgen. Daarvoor is het noodzakelijk, dat u meewerkt en behulpzaam bent, als dat van u wordt gevraagd.

De organisatie voor rampenbestrijding treedt niet alleen in actie bij ongevallen met gevaarlijke stoffen. Ook bij andere calamiteiten als overstromingen of een neergestort vliegtuig kan een beroep op deze organisatie worden gedaan.



Wat kunt u zelf doen?

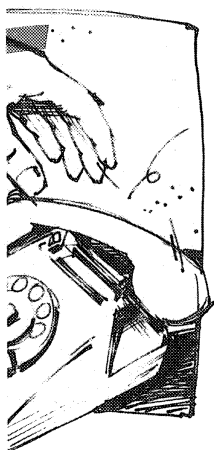
Ook zelf kunt u een bijdrage leveren om de gevolgen van rampen zo veel mogelijk te beperken. Bij een ramp of dreigende ramp wordt u gealarmeerd door middel van de bekende sirenes die elke eerste maandag van de maand om 12.00 uur worden getest. Als de sirenes op een ander tijdstip loeien, dan is er beslist meer aan de hand dan een gewoon ongeval! U moet dan ONMIDDELLIJK de instructies van de alarmkaart volgen, waar u ook bent en wat u ook doet:

- Ga naar binnen, waar u ook bent.
- Sluit ramen en deuren, zet de ventilatie uit.
- Kijk naar Nederland 3, luister naar Radio 1 en volg de instructies op.
- Telefoneer niet.

De overheid vraagt zo min mogelijk te telefoneren, als er een ramp is. Het telefoonnet raakt anderszins al te veel overbelast en de noodzakelijke verbindingen voor de hulpverlening zouden in gevaar kunnen komen.

De Hengelse scholen zijn rechtstreeks geïnformeerd, wat te doen bij een ramp. De schoolkrachten zullen alle maatregelen nemen om voor de veiligheid van de leerlingen te zorgen.

De gemeente beschikt over een zogenaamde calamiteiten-schakeling, waarmee in geval van een ramp direct informatie en instructies via de radio l-t.v. (Nederland 3) kunnen worden verstrekt. Deze speciale schakeling zal ook worden gebruikt om te laten zien wat u moet doen in geval van een ramp. Met Radio Oost zijn afspraken gemaakt, dat ook zij direct informatie zullen uitzenden, als er zich een ramp voordoet. Daarom moet u ook naar Radio 1 luisteren, omdat Radio Oost via dat kanaal uitzendt (voor Hengelo 89.4 Mhz).



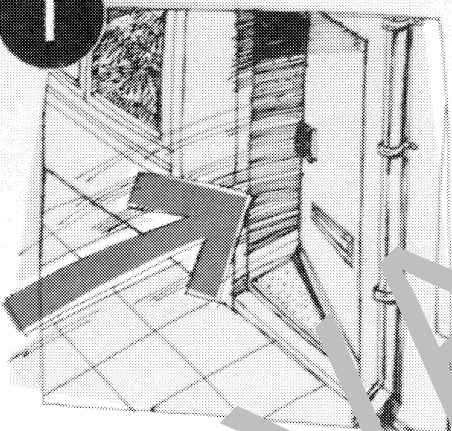
7

A l a r i n ?

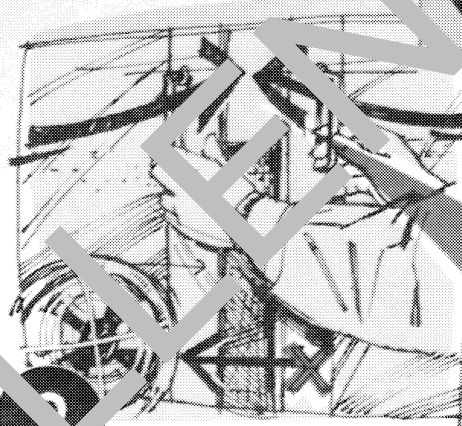
In geval van een ramp of dreiging van een ramp wordt u gewaarschuwd door sirenes met drie lange tonen. U bent dan in gevaar. Volg onmiddellijk deze aanwijzingen op.

Ga naar binnen, waar u ook bent.

1

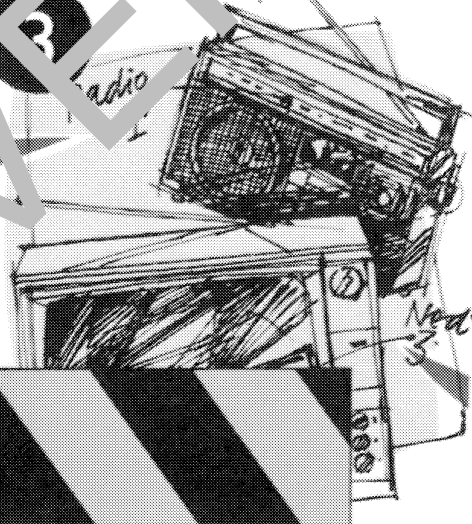


Sluit ramen en deuren.
Zet ventilatie uit.



Kijk naar Med. 3, luister naar Radio 1 en volg de instructies op.

3



Telefoneer niet.



4