

Verslag masterclass pilot communicatie aandachtsgebieden – 31 augustus 2021

1. Aanleiding en doel pilot

Op 31 augustus 2021 heeft Oostkracht10 de pilot en onderzoek communicatie over aandachtsgebieden gepresenteerd. Een pilot in opdracht van het Impulsprogramma Omgevingsveiligheid.

Door de komst van de nieuwe Omgevingswet is het programma Modernisering van het Omgevingsveiligheidsbeleid (MOV) gestart om het beleid rondom externe veiligheid anders in te vullen. Volgens het huidige beleid moet het groepsrisico op rekenkundige wijze beoordeeld worden, maar onder de Omgevingswet zullen we het groepsrisico vooral visualiseren. De visualisatie van het groepsrisico zal plaatsvinden middels drie soorten aandachtsgebieden: brand-, explosie- en gifwolk- aandachtsgebieden. Het doel van deze beleidswijziging is om transparant te communiceren over de risico's van de omgeving naar de burgers en om op basis van de aandachtsgebieden in gesprekken te gaan over veiligheid. De aandachtsgebieden zullen ruimtelijk worden weergegeven in de Atlas Leefomgeving. De Atlas Leefomgeving is een viewer met data van onder andere milieu disciplines (zoals omgevingsveiligheid, geluid en luchtkwaliteit), specifiek gericht op de burger. Dit was de aanleiding voor het uitvoeren van de pilot.

De resultaten van de pilot zullen als aanbevelingen meegegeven worden voor de communicatie via de Atlas Leefomgeving over aandachtsgebieden. Vanwege de beleidswijziging zijn er vragen over de aandachtsgebieden, vanuit burgers, bestuurders en bedrijven. In de pilot is gekeken naar antwoorden op deze vragen:

- Hoe reageren bestuurders, bedrijven en burgers op de aandachtsgebieden?
- Hoe en waarover willen burgers geïnformeerd worden over de aandachtsgebieden in hun leefomgeving?

Aan de hand van deze vragen is de doelstelling van het onderzoek geformuleerd: in het onderzoek willen we ervaringen opdoen hoe de burgers, bestuurders en bedrijven reageren op de aandachtsgebieden. Het tweede doel van het onderzoek is om een bijsluitertekst te ontwikkelen voor de kaarten van de aandachtsgebieden in de Atlas Leefomgeving.

2. Aanpak en proces

Het onderzoek is opgedeeld in 4 fases:

1. Inventarisatiefase: aan de hand van een sessie met bestuurders en bedrijven is de reactie op de aandachtsgebieden opgehaald en is bestuurders en bedrijven gevraagd mee te denken over een communicatieboodschap voor burgers.
2. Opstellen concept bijsluiterteksten: Op basis van de input uit de inventarisatiefase zijn met communicatieadviseurs van verschillende partners bijsluiterteksten opgesteld.
3. Testen conceptteksten: Vervolgens zijn zowel de bijsluiterteksten als de reactie op de aandachtsgebieden getoetst bij burgers onderzocht.
4. Projectresultaten: Analyse resultaten en verslaglegging.

2.1. Fase 1: Input ophalen

In de eerste fase is een sessie gehouden met bestuurders en bedrijven. Deze sessies hadden drie doelen, bestaande uit: 1) informatie ophalen over de eerste reactie op de aandachtsgebieden, 2) de communicatievoorkeuren verkennen en 3) inventariseren wat belangrijk is om mee te nemen in de bijsluiterteksten. De eerste reactie van bestuurders op de aandachtsgebieden was uitge-

breid: er kwamen veel opmerkingen en vragen binnen. Zie de onderstaande figuur voor de reacties:

Wat is uw eerste reactie bij het zien van aandachtsgebieden?



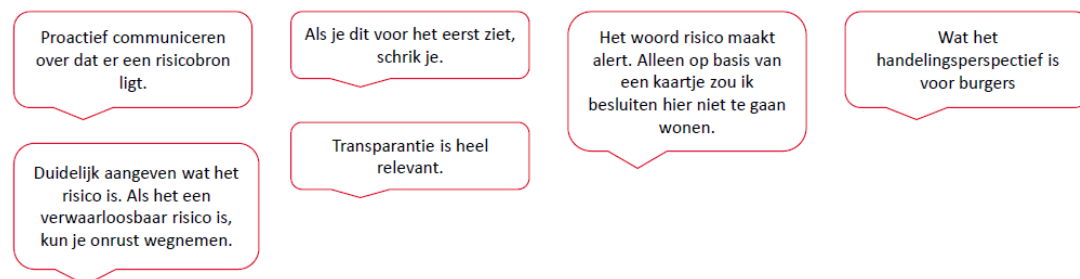
BESTUURDERS

10

Figuur 1 De opmerkingen van bestuurders op de aandachtsgebieden

Daarnaast is de bestuurders gevraagd over de inhoud van de bijsluitertekst. Zie de onderstaande figuur voor de reacties:

Waar moeten we aan denken bij het schrijven van de bijsluitertekst?



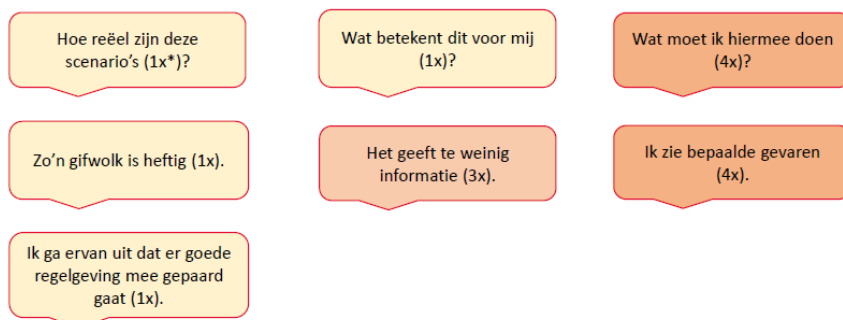
BESTUURDERS

11

Figuur 2 De opmerkingen van bestuurders over de bijsluitertekst

Vervolgens is een sessie gehouden met bedrijven, met vergelijkbare doelen zoals bij de sessie met bestuurders. Zie de onderstaande figuur voor de reacties:

Wat is uw eerste reactie bij het zien van aandachtsgebieden?



BEDRIJVEN

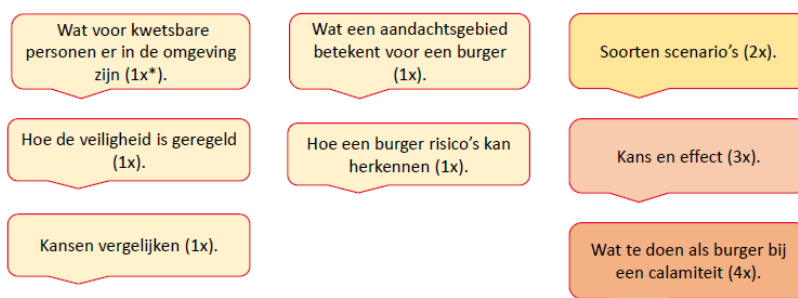
* Dit geeft aan hoe vaak het desbetreffende antwoord is gegeven.

13

Figuur 3 De opmerkingen van bedrijven op de aandachtsgebieden

Ook in de sessie met bedrijven is gevraagd naar de inhoud van de bijsluitertekst. Zie de onderstaande figuur voor de reacties:

Waar moeten we aan denken bij het schrijven van de bijsluitertekst?



BEDRIJVEN

* Dit geeft aan hoe vaak het desbetreffende antwoord is gegeven.

14

Figuur 4 De opmerkingen van bedrijven op de bijsluitertekst

Samenvattend zijn, op basis van de reacties, in fase 1 de volgende ingrediënten voor een bijsluitertekst opgehaald:

1. Informatie geven over de kans en het effect en wat dit betekent voor bewoners.
2. Een handelingsperspectief meegeven aan de burgers.
3. Informatie over de veiligheidsmaatregelen die zijn/worden genomen

4. Een vergelijking maken met alledaagse risico's

Daarnaast zijn er enkele cruciale observaties waargenomen die belangrijk zijn voor het vervolg van het project:

- Er worden aannames gedaan over hoe andere stakeholdergroepen zullen reageren. Bijvoorbeeld:
 - o Burgers kunnen niet realistisch nadenken over risico's
 - o Burgers maken zich zorgen bij het zien van aandachtsgebieden
 - o Bedrijven communiceren niet transparant over de risico's
- Communicatie is voor bedrijven een praktische uitdaging (door capaciteit- en kennis tekort)
- Bedrijven willen overheden graag ondersteunen bij communicatie

2.2. Fase 2: Opstellen conceptteksten

In het vervolg van het onderzoek zijn twee varianten van bijsluiterteksten voor het explosie-aandachtsgebied opgesteld ten behoeve van de sessies met burgers: een geruststellende (abstracte) en een technische (concrete) variant. Daarnaast zijn de bijsluiterteksten gebaseerd op vier onderwerpen, die aansluiten op de conclusies uit fase 1. Dat heeft geresulteerd in vier vragen over aandachtsgebieden die een bijsluitertekst moet beantwoorden, zie onderstaande figuur:

1. Wat is een explosieaandachtsgebied? 2. Wat is het gevaar? 3. Welke veiligheidsmaatregelen zijn er getroffen? 4. Wat moet ik doen bij een explosie?	
Tekst 1 = geruststellender/abstract	Tekst 2 = technischer/concreet
<ul style="list-style-type: none">• Impliciet taalgebruik• Risicovergelijking (het leven zit vol risico's)• Informeel <p><u>Voorbeeld</u> <i>De gevolgen van een explosie kunnen zeer groot zijn. Je kunt gewond raken en gebouwen kunnen instorten. Gelukkig is de kans op een explosie zeer klein door strenge regels.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• Expliciet taalgebruik• Vaktermen / wetenschappelijk• Formeel <p><u>Voorbeeld</u> <i>Binnen een explosieaandachtsgebied kan in geval van een explosie aanwezige personen komen te overlijden. De kans een persoon komt te overlijden door ongevallen bij bedrijven en routes mag niet groter zijn dan eens in de miljoen jaar.</i></p>

Figuur 5 Methodiek van de bijsluitertekst

2.3. Fase 3: testen conceptteksten

De bijsluiterteksten zijn opgesteld aan de hand van de sessies met bestuurders, bedrijven en communicatieadviseurs en worden in deze fase getest bij burgers. Het doel van deze fase is antwoord krijgen op de onderstaande vragen:

- Hoe reageren burgers op de aandachtsgebieden?
- Wat willen ze weten over de aandachtsgebieden?
- Hoe willen ze hierover geïnformeerd worden?

In de online sessie met burgers zijn aan de hand van de Atlas Leefomgeving de (concept) aandachtsgebieden gepresenteerd. Hierbij is aandachtsgebied in de eigen leefomgeving als voor-

beeld genomen. Vervolgens is de deelnemers om een eerste reactie gevraagd. Achtergrondinformatie en uitleg over de aandachtsgebieden is met reden beperkt gebleven om de deelnemers zo onbevooroordeeld mogelijk de bijsluiter teksten voor te leggen.

Reactie aandachtsgebieden

Ten eerste is de eerste reactie van burgers op het zien van aandachtsgebieden geïnventariseerd. Zie onderstaand voor de reacties:



* Dit geeft aan hoe vaak het desbetreffende antwoord is gegeven.

23

Figuur 6 De reactie van burgers op aandachtsgebieden

Conclusie: de deelnemers zijn vooral geïnteresseerd in feitelijke informatie. Informatieve vragen komen het meest voor, zoals: Hoe groot is het risico? Wat is het risico precies? Wat heeft dit voor invloed op mijn veiligheid? Daarnaast was een interessante veelvoorkomende vraag: Wat is het effect van aandachtsgebieden voor de waarde op mijn woning? Een verrassende uitkomst van de eerste vraag was dat de meeste deelnemers in eerste instantie niet duidelijk op zoek zijn naar een handelingsperspectief.

Vervolgens zijn de grootste behoeftes van burgers voor de bijsluiter tekst geïnventariseerd. In deze inventarisatie is in eerste instantie het explosie-aandachtsgebied gebruikt. De grootste behoefte van burgers blijkt vooral informatief te zijn, zie onderstaand voor de reacties:

Sluit dit aan bij de verwachtingen?



Figuur 7 Verwachtingen deelnemers bij bijsluitertekst

Bijsluiterteksten

De deelnemers hadden per vraag de keuze tussen twee varianten van bijsluiterteksten. Uit de inventarisatie van de reacties blijkt dat de geruststellende tekst (tekst 1) bij vraag 1 en 3 populairder was dan de technische tekst (tekst 2). Echter blijkt uit de argumentatie geen duidelijke voorkeur voor de geruststellende dan wel technische *tone of voice*. Verder blijkt ook dat de deelnemers niet consequent voor tekst 1 of tekst 2 hebben gekozen, maar hun keuze laten afhangen van de specifieke vraag.

De deelnemers kiezen vooral voor tekst 1 omdat het kortere zinnen en minder moeilijke termen bevat. Daartegenover werd tekst 1 door anderen als betuttelend ervaren. In veel gevallen werd de omschrijving gezien als vrij kort door de bocht en de tekst wekte de indruk dat er in sommige gevallen bewust risico's zijn weggeschreven. Uit de sessie met bestuurders kwam naar voren dat in de communicatie over aandachtsgebieden naar burgers een vergelijking met een bestaand risico moeten worden toegepast, maar dat burgers wel degelijk op de hoogte zijn van bestaande risico's en liever de waarheid boven tafel willen hebben.

De grote kanttekening van tekst 2 zijn de vele moeilijke termen. De meeste burgers hebben geen beeld bij deze termen en het zorgt alleen maar voor veel vragen. Daaronder vallen ook de verontrustende vaktermen, zoals dodelijk slachtoffers, waardoor angst gezaaid kan worden. Daarnaast worden er in tekst 2 nietszeggende cijfers meegegeven, zoals kans van 1 op de miljoen jaar, waar veel burgers geen beelden bij hebben.

2.4. Fase 4: projectresultaat

In deze fase heeft het projectteam de resultaten geanalyseerd en een aantal (voorlopige) conclusies getrokken met de doelen voor ogen: 1) ervaring op doen met communicatie over aandachtsgebieden naar bestuurders, burgers en bedrijven en 2) een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van het basissjabloon voor teksten van de bijsluiters in de Atlas Leefomgeving.

Belangrijkste ervaringen

De belangrijkste ervaringen opgesomd:

- Bestuurders denken dat burgers een angstreactie ontwikkelen bij het zien van de aandachtsgebieden. Het projectteam deelt deze ervaring niet op basis van de sessies. Het blijkt dat burgers heel goed de risico's kunnen inschatten.
- Er wordt aangenomen dat bedrijven niet transparant willen zijn: de bedrijven die deelgenomen hebben aan de sessie willen wel degelijk meedenken over communicatie. Bedrijven worstelen hoofdzakelijk met de praktische uitdagingen omtrent communicatie.
- Burgers denken graag mee voor andere burgers.
- Burgers zijn overwegend geïnteresseerd in het onderwerp en realistisch in hun omgang met omgevingsveiligheidsrisico's.
- Burgers gaan zich veelal niet uit zich zelf verdiepen in het onderwerp door dit op te zoeken via de risicokaart of de Atlas Leefomgeving. Beide websites zijn, op een enkeling na, niet bekend onder de deelnemers.

Basissjabloon:

Over de inhoud van het basissjabloon is er geen duidelijke voorkeur voor één van de twee de geteste varianten. De motieven van deelnemers om een voorkeurtekst te kiezen zijn uiteenlopend en gaan behalve de *tone of voice* ook over de schrijfvorm (korter), de aanspreekvorm, of betreft 'een kwestie van smaak'.

2.5. Conclusie en aanbevelingen

De volgende stap van het onderzoek is om de steekproef uit te breiden, met meer burgers, bedrijven en bestuurders. Daarnaast adviseert het projectteam om communicatiekanalen zoals de Atlas Leefomgeving actief te promoten en er niet van uit te gaan dat burgers dit zelf gaan opzoeken. Ten aanzien van de bijsluitertekst is er niet één variant die het beste aansluit bij de informatiebehoefte van de burger. Van belang is dat partners de communicatie afstemmen over de manier waarop er over aandachtsgebieden gecommuniceerd wordt en dit meenemen in hun communicatiestrategie.