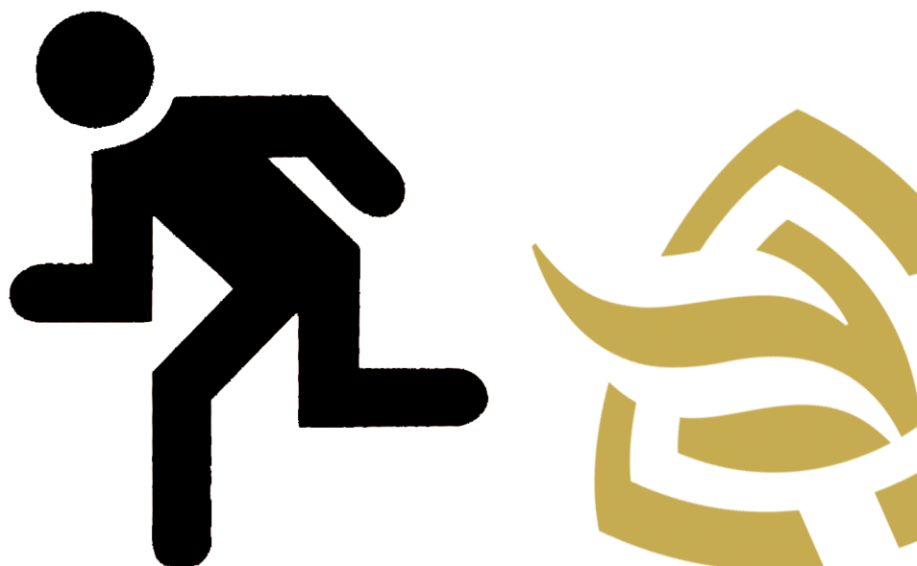


HET VUUR VOOR ZIJN

de volgende stap op de ladder

Danique Witlox

Bewustwording van brandveiligheid en handelingsbereidheid daaromtrent,
toegespitst op inwoners van de gemeente Rucphen



Titel

Het vuur voor zijn - de volgende stap op de ladder

Ondertitel

Bewustwording van brandveiligheid en handelingsbereidheid daaromtrent, toegespitst op inwoners van de gemeente Rucphen

Auteur

Danique Witlox

Opleiding

Fontys Hogeschool Communicatie

Locatie

Eindhoven

Begeleidend docent

Leo van de Pas

Opdrachtgever

Brandweer Midden- en West-Brabant, Henny Sijbring

Datum

Donderdag 31 mei 2012

VOORWOORD

Stoere mannen, heldendaden, gevaar, vuur, snelheid, passie. Zomaar een greep uit de associaties van mensen wanneer ik vertelde over mijn afstudeeropdracht bij de brandweer. Terechte associaties denk ik, want dit waren ook mijn gedachten voor ik aan de reis naar mijn afstuderen begon. Nu, vier maanden later, weet ik dat ze betrekking hebben op maar één onderdeel van het brandweervak: het bestrijden van brand. Én, dat dat vak zo veel meer te bieden heeft. Brandweer Midden- en West-Brabant heeft mij de kans geboden dat te ontdekken en mijn dank is groot voor het feit dat ik, naast mezelf vakinhoudelijk ontwikkeld te hebben, ook een stukje levenservaring heb opgedaan binnen deze organisatie. En die associaties zijn niet veranderd, er zijn er enkel wat aan toegevoegd.

Deze scriptie zou niet tot stand gekomen zijn zonder hulp van velen, die ik in dit voorwoord graag wil bedanken. Grote dank gaat uit naar mijn afstudeerbegeleidster bij Brandweer Midden- en West-Brabant, Henny Sijbring. Zij wist op positief kritische wijze het beste in mij naar boven te halen en was altijd bereid mee te denken over de inhoud van mijn scriptie. Leo van de Pas, begeleidend docent vanuit Fontys Hogeschool Communicatie zag erop toe dat ik niet verdronk in de oneindige mogelijkheden omtrent het onderwerp. Zijn adviezen en heldere visie op communicatie hielden mij op het juiste 'communicatiespoor'. Deze scriptie zou niet bestaan zonder mijn oom en tevens brandweermedewerker Jo van de Plas, zijn lovende woorden waren aanleiding voor een eerste sollicitatiegesprek bij de brandweer. Ik ben iedereen die heeft meegewerkt aan mijn onderzoek dankbaar voor hun tijd en medewerking en in het bijzonder Gert Castelijns en Fred Buermans, geen vraag was hen te veel. Marion van der Linden ondersteunde mij bij het huis aan huis onderzoek en kon waar nodig inhoudelijke vragen van respondenten beantwoorden. Ik bedank mijn collega's van de afdeling Risicobeheersing in Tilburg, voor veelal praktische hulp bij het vinden van mijn weg in de organisatie. Tot slot wil ik Marloes van Drunen, Luc Franken, Anouk van der Heijden, Annelies Schipper en Lauren Stovers bedanken voor het sparren, meedenken en leveren van feedback op mijn scriptie.

De oplevering van deze scriptie is het eindresultaat van vier veelzijdige studiejaren. Met een vleugje trots kijk ik terug op een periode waarin ik naar een hoger strategisch niveau ben geklommen en weer een stapje dichterbij het werkveld ben aangekomen.

Danique Witlox

Eindhoven, 31 mei 2012

In deze scriptie wordt gebruik gemaakt van terminologieën, rechtstreeks afkomstig uit het brandweervak. Enige voorkennis van de belangrijkste termen en benamingen is noodzakelijk om mijn verhaal zo goed als mogelijk te begrijpen. De meest voorkomende begrippen heb ik onderstaand op alfabetische volgorde uiteengezet.

Brandveiligheidbewustwording: Bewustzijn ten aanzien van brandveiligheid.

Opkomsttijd/opkomstnorm: De opkomsttijd is de tijd die verloopt tussen het overgaan van de telefoon op de Gemeenschappelijke Meldkamer (hierna te noemen GMK) en het moment van aankomst van de eerste tankautospuiter bij het brandadres. De opkomsttijd bestaat uit:

- De verwerkingstijd van de alarmcentrale plus;
- De uitruktijd van de brandweerpost plus;
- De aanrijdtijd van de brandweerpost naar het brandadres.

De wettelijk vastgestelde opkomstnorm is 8 minuten voor een gebouw met woonfunctie gerealiseerd vóór 2003 en 12 minuten voor een gebouw met woonfunctie gerealiseerd na 2003. Het verschil tussen beide heeft te maken met het Bouwbesluit waarin staat aangegeven dat woningen gebouwd na 2003 voorzien moeten zijn van ingebouwde rookmelders.

Repressie: Met de term repressie wordt het meest zichtbare onderdeel van brandweezorg aangeduid. Repressie kan zijn het blussen van brand, duiken, redden van mensen en dieren in nood, opruimen van gevaarlijke stoffen of hulpverlening bij storm- en waterschade. De repressieve dienst bestaat uit brandweertieners die uitrukken, wat de brandweer zelf ook wel de 'warme kant' van het brandweervak noemt.

Rood gebied: Een rood gebied is grondgebied (wijk, dorp, stadsdeel etc.) waar de brandweer de opkomstnorm niet haalt.

Toolbox: Toolbox is een project van Brandweer Midden- en West-Brabant. Het idee van de toolbox is een pakket van maatregelen samenstellen die kunnen worden ingezet in die gevallen waar de opkomsttijd wordt overschreden. De maatregelen dienen ter compensatie van de overschrijding van de opkomsttijd en beogen tot een "gelijkwaardig" niveau van veiligheid te leiden.

Multidisciplinaire samenwerking: De samenwerking van de verschillende kolommen (ook wel hulpdiensten) binnen de Veiligheidsregio. Disciplines zijn de brandweer, geneeskundige hulpverlening bij ongevallen en rampen (hierna te noemen GHOR), GMK, politie en organisatieonderdeel gemeenten.

SAMENVATTING

In het kader van de nieuwe Wet Veiligheidsregio's zijn normen opgesteld voor opkomsttijden bij branden. Brandweer Midden- en West-Brabant kan hieraan niet in de gehele regio voldoen, waaronder in de gemeente Rucphen. Formeel komt de brandweer daar 'te laat' en moet gezocht worden naar mogelijke oplossingen om de overschrijding te compenseren. Het uiteindelijke doel is het behalen van een min of meer gelijkwaardig niveau van veiligheid voor de burgers. De gedachte van de brandweer is dat als burgers zich bewust zijn van brandrisico's en hun eigen verantwoordelijkheid daarin, de normoverschrijding van de brandweer gecompenseerd wordt doordat zij zelf adequaat kunnen handelen in geval van brand. De centrale vraag die naar aanleiding van het probleem is geformuleerd luidt als volgt: *"Hoe kan communicatie bijdragen aan bewustwording van risicofactoren met betrekking tot brandveiligheid en eventuele handelingsbereidheid daaromtrent bij de inwoners van de gemeente Rucphen?"*

De belangrijkste conclusies van het onderzoek zijn:

- In de gemeente Rucphen is brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert verantwoordelijk voor communicatie rondom brandveiligheid naar burgers. Dit krijgt geen structurele invulling;
- De gemeente is eindverantwoordelijk voor brandweezorg, de brandweer adviseert;
- Communicatie omtrent brandveiligheid staat bij de gemeente Rucphen laag op de agenda;
- Het imago van de brandweer is zeer positief onder inwoners van de gemeente Rucphen;
- Het thema brandveiligheid zit niet *in top of mind* bij burgers. Risicobeoordeling vinden plaats op maatschappelijk niveau, burgers betrekken het onderwerp zelden op hun eigen situatie;
- Gedrag is het product van drie factoren: motivatie, vermogen en trigger;
- In Zegge en Schijf, de kleinste kernen van de gemeente Rucphen, bestaat een sterke sociale cohesie en spelen sociale netwerken een belangrijke rol in het dagelijks leven van bewoners;
- In de grotere dorpen Sprundel en Rucphen is saamhorigheid vooral aanwezig binnen groepjes die in het verenigingsleven actief zijn, daarbuiten is de sociale samenhang beperkt. In St. Willebrord is nauwelijks sprake van sociale samenhang;
- Een directe benadering van burgers in hun eigen woonomgeving waarbij gewezen wordt op persoonlijke risicofactoren, is een succesvolle manier om het brandveiligheidsbewustzijn te verhogen.

De aanbevelingen voor Brandweer Midden- en West-Brabant krijgen op twee niveaus invulling:

Algemeen strategisch advies voor Brandweer Midden- en West-Brabant: Door de vier communicatiestrategieën, informeren, overreden, dialogiseren en formeren opbouwend te gebruiken met behulp van massamediale- en interpersoonlijke communicatie kan in gemeenschappen bewustwording van brandveiligheid ontstaan. Een lokale benadering van burgers vergt onderzoek naar hoe de samenleving eruit ziet en welke actoren en factoren een rol spelen rond brandveiligheid. De brandweer doet er verstandig aan om aan te haken bij lokale initiatieven wanneer deze bestaan, een andere mogelijkheid is dat de brandweer lokale opinieleiders inzet als ambassadeur van brandveiligheid.

Tactische aanbevelingen voor de gemeente Rucphen: Het advies is om met behulp van een lokaal project, met daarin de eerdergenoemde strategische ingrediënten, brandveiligheid op de publieksagenda te zetten. Dit begint met het verstrekken van informatie met behulp van massacommunicatiemiddelen. Hoe lokaler en overtuigender het karakter van de uitingen, hoe groter de kans dat een eerste, minimale bewustwording ontstaat. Vervolgens wordt ook interpersoonlijke communicatie ingezet waarin twee onderdelen verscholen liggen: samenwerking met lokale sociale structuren en een directe benadering van burgers middels brandveiligheidschecks aan huis.

INHOUDSOPGAVE

1. INLEIDING	Blz. 8
1.1 Opdrachtgever	Blz. 8
1.2 Aanleiding	Blz. 8
1.3 Probleemstelling	Blz. 9
1.4 Afbakening opdracht	Blz. 9
2. ONDERZOEKSOPZET	Blz. 10
2.1 Onderzoeksdoelstelling	Blz. 10
2.2 Centrale vraagstelling	Blz. 10
2.3 Deelvragen	Blz. 10
2.4 Onderzoeksmethoden en verantwoording	Blz. 11
2.4.1 Vooronderzoek	Blz. 11
2.4.2 Hoofdonderzoek	Blz. 11
2.5 Betrouwbaarheid	Blz. 14
3. ORGANISATIES	Blz. 15
3.1 Brandweer Midden- en West-Brabant	Blz. 15
3.1.1 Kernactiviteiten	Blz. 15
3.1.2 Structuur	Blz. 15
3.1.3 Organisatie van communicatie	Blz. 16
3.2 Cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert	Blz. 18
3.2.1 Structuur	Blz. 18
3.2.2 Visie en doelstellingen	Blz. 19
3.3 Gemeente Rucphen	Blz. 20
3.3.1 Structuur	Blz. 20
3.4 Relatie tussen brandweer en gemeente	Blz. 21
4. HUIDIGE COMMUNICATIE OMTRENT BRANDVEILIGHEID	Blz. 22
4.1 Cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert	Blz. 22
4.2 Gemeente Rucphen	Blz. 23
4.3 Effect	Blz. 23
5. THEORETISCH KADER	Blz. 24
5.1 Visie op communicatie	Blz. 24
5.2 Cognitieve dissonantietheorie	Blz. 24
5.3 Het communicatiekruispunt	Blz. 25
5.4 Sociale groepen	Blz. 26
5.5 Gemeenschappen	Blz. 27
5.6 Invloed van massamedia	Blz. 28
5.6.1 De onpersoonlijke-impacthypothese	Blz. 28
5.6.2 Agendasetting	Blz. 29
5.6.3 Culturele studies	Blz. 30
5.7 Behavior model	Blz. 30
6. PUBLIEKSGROEPEN	Blz. 32
6.1 Demografische kenmerken	Blz. 32
6.2 Politiek klimaat	Blz. 32
6.3 Sociale netwerken	Blz. 33

6.4	Communicatie	Blz. 34
6.5	Houding ten opzichte van de gemeente	Blz. 35
6.6	Houding ten opzichte van de brandweer	Blz. 36
6.7	Houding ten opzichte van brandveiligheid	Blz. 36
7.	BEST PRACTICES	Blz. 38
7.1	Veilig Wonen Amersfoort	Blz. 38
7.2	Smokey de Rookmelder in Assen	Blz. 39
8.	CONCLUSIES	Blz. 41
8.1	Organisatie & communicatie	Blz. 41
8.2	Publieksgroepen	Blz. 41
8.3	Best practices	Blz. 41
9.	ADVIES	Blz. 42
9.1	Strategische aanbevelingen voor brandweer Midden- en West-Brabant	Blz. 42
9.1.1	Informeren, overreden, dialogiseren en formeren	Blz. 42
9.1.2	Een combinatie van massamediale- en interpersoonlijke communicatie	Blz. 43
9.1.3	Publieksgroepen	Blz. 43
9.1.4	Krachten bundelen	Blz. 45
9.1.5	Social media	Blz. 45
9.1.6	Relatie tussen de brandweer en de gemeente	Blz. 46
9.2	Tactisch advies voor de gemeente Rucphen	Blz. 46
9.2.1	Rucphen	Blz. 48
9.2.2	Schijf	Blz. 48
9.2.3	Suggesties	Blz. 49
10.	LITERATUURLIJST	Blz. 51
11.	BRONNEN	Blz. 52

1. INLEIDING

De brandweer zit al jaren tegen de grenzen van haar repressieve mogelijkheden aan. De kosten blijven oplopen, hoewel de veiligheid niet is toegenomen. De brandweer kan niet meer voldoen aan de verwachtingen vanuit de maatschappij als 'redder in nood'. Onderzoek toont aan dat woningbranden in veel gevallen pas na vijftien minuten worden ontdekt, waardoor de brandweer relatief laat uitrukt en bij het incident arriveert. Wanneer de brandweer ter plaatse is, is het kwaad vaak al geschied. Brandveiligheid is tot dusver vooral ingericht op brandbeheersing, dat wil zeggen reactief optreden wanneer brand is ontstaan. Het besef is de laatste jaren ontstaan dat, wil de brandveiligheid in de samenleving verhoogd worden, de brandweer een nieuwe weg moet inslaan waarbij de nadruk ligt op brandveilig leven: het voorkomen van branden, reduceren van de ontdekkingstijd en verbeteren van vluchtmogelijkheden. Het brandveiligheidsbewustzijn van burgers moet toenemen, want daar valt winst te behalen op het gebied van veiligheid.

1.1 Opdrachtgever

Brandweer Midden- en West-Brabant verleent brandweezorg in de regio Midden- en West-Brabant reikend van Oisterwijk tot aan Bergen op Zoom. Brandweezorg omvat de volgende diensten: brandbestrijding, crisisbeheersing, hulpverlening en risicobeheersing. De organisatie bestaat uit zowel beroepsbrandweerlieden als vrijwillige brandweerlieden met een verhouding van respectievelijk 20%-80%. Brandweer Midden- en West-Brabant is onderverdeeld in tien clusters, welke soms meerdere gemeente beslaan.



Afbeelding 1.1 Brandweer Midden- en West-Brabant

De brandweerorganisatie Midden- en West-Brabant is onderdeel van de Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant. In de veiligheidsregio bundelen gemeente, politie, brandweer en GHOR hun krachten.

1.2 Aanleiding

In verband met een nieuwe Wet Veiligheidsregio's zijn normen opgesteld met betrekking tot opkomsttijden bij branden. Onderzoek heeft uitgewezen dat de gestelde opkomsttijd bij woningbranden in een aantal gebieden/wijken in Midden- en West-Brabant overschreden wordt. Formeel betekent dit dat de brandweer 'te laat' komt. Tal van oorzaken zijn daarvoor aan te wijzen, zoals bijvoorbeeld de afstand tot de brandweerkazerne, woon- en werkgebied van vrijwillige brandweerlieden en de infrastructuur in desbetreffend gebied.

Om te komen tot een oplossing voor deze situaties is binnen Brandweer Midden- en West-Brabant in september het project 'toolbox' van start gegaan. Het idee van de toolbox is een pakket van maatregelen opstellen die kunnen worden ingezet in die gevallen waar de opkomsttijd wordt overschreden. De maatregelen dienen ter compensatie van de overschrijding van de opkomsttijd en beogen tot een 'gelijkwaardig' niveau van veiligheid te leiden.¹

Een expliciet voorbeeld van een 'rood gebied' in de regio Midden- en West-Brabant is Rucphen. Vanwege een fusie van meerdere brandweerkazernes in het verleden, is nu de situatie zo dat de brandweer de gestelde opkomsttijd vaak niet haalt. Omdat de gemeente eindverantwoordelijk is voor brandweezorg voelt zij zich genooddaakt de situatie op korte termijn te optimaliseren, uiteraard in samenwerking met de brandweer.

1.3 Probleemstelling

Het door mij te onderzoeken issue heeft betrekking op hoe communicatie kan bijdragen om brandveiligheidsbewustzijn van burgers te optimaliseren in de gebieden waar de opkomstnorm wordt overschreden. Dit zou kunnen leiden tot een brandveiligere omgeving waarin wellicht minder branden ontstaan en waar de eventuele gevolgen beperkt blijven doordat burgers weten hoe ze moeten handelen.

1.4 Afbakening opdracht

Vele factoren spelen een rol in de situatie waarin Brandweer Midden- en West-Brabant zich bevindt. Hoe graag ik ook zou willen, het is onmogelijk om alle factoren mee te nemen in mijn onderzoek en advies. Deze opdracht richt zich op brandveiligheid van burgers, woonachtig in rode gebieden. Omdat het geschetste probleem in Rucphen op de politieke agenda staat is desbetreffende gemeente als case aangegrepen in deze scriptie.

Onderstaande aspecten zijn niet in deze scriptie opgenomen:

- Met mijn afstudeerdocent en begeleider is gekozen om interne communicatie alleen mee te nemen voor zover van belang met betrekking tot het issue. Brandweer Midden- en West-Brabant gaf de voorkeur aan een advies over hoe met burgers te communiceren.
- Bedrijven en instellingen waar de opkomsttijd niet wordt gehaald. Er is binnen Brandweer Midden- en West-Brabant grote behoefte aan advies over hoe te communiceren met 'de burger', in woonhuizen vallen namelijk jaarlijks de meeste slachtoffers. Vanwege het tijdsbestek van vier maanden is in overleg besloten bedrijven en instellingen achterwege te laten.
- Met de term risicocommunicatie wordt in deze scriptie 'communicatie omtrent brandveiligheid en handelingsbereidheid hieromtrent naar burgers' bedoeld. Het begrip risicocommunicatie kan binnen de brandweerorganisatie voor verwarring zorgen omdat deze term vooral gebruikt wordt om communicatie met betrekking tot externe veiligheid² aan te duiden. Externe veiligheid is een andere tak van sport en niet relevant voor het door mij te onderzoeken issue.

¹ Sijbring, H. – concept notitie toolbox

² Externe Veiligheid (EV) gaat over het beheersen van risico's die mensen lopen door opslag, productie, gebruik en vervoer van gevaarlijke stoffen in hun omgeving.

2. ONDERZOEKSOPZET

Het uitgevoerde onderzoek ten behoeve van deze scriptie is gebaseerd op een centrale vraag en deelvragen, welke in de eerste paragrafen aan bod komen. Om deze te beantwoorden is eerst vooronderzoek verricht, gevolgd door hoofdonderzoek. Hoe dit is opgebouwd staat beschreven in de laatste paragrafen.

2.1 Onderzoeksdoelstelling

De doelstelling van het onderzoek is inzichten verkrijgen in hoe communicatie lokaal (in de gemeente Rucphen) kan bijdragen om inwoners bewuster te maken van brandveiligheid. Subdoelen zijn daarbij in beeld krijgen hoe betrokken organisaties eruit zien en hoe communicatie (omtrent brandveiligheid) daarbinnen een rol speelt, welke actoren en factoren een rol spelen met betrekking tot brandveiligheid en wat andere vooroplopende brandweerorganisaties doen aan het verhogen van brandveiligheidsbewustzijn.

2.2 Centrale vraagstelling

“Hoe kan communicatie bijdragen aan bewustwording van risicofactoren met betrekking tot brandveiligheid en eventuele handelingsbereidheid daaromtrent bij de inwoners van de gemeente Rucphen?”

2.3 Deelvragen

De hoofdvraag van het onderzoek is op te splitsen in deelvragen, welke verschillende onderwerpen betreffen. Beantwoording van de deelvragen zal leiden tot het antwoord op de hoofdvraag.

1. Hoe ziet:

A: de organisatie Brandweer Midden- en West-Brabant er uit?

B: de gemeente Rucphen er uit?

- a. Beschrijving van Brandweer Midden- en West-Brabant, waaronder visie, missie, structuur en cultuur.
- b. Hoe is de organisatie van communicatie binnen Brandweer Midden- en West-Brabant?
- c. Beschrijving van de gemeente Rucphen, waaronder visie, missie, structuur en cultuur.
- d. Hoe is de organisatie van communicatie binnen de gemeente Rucphen?
- e. Hoe is de relatie tussen het brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert en de gemeente Rucphen?

2. Hoe is de huidige communicatie rondom brandveiligheid naar burgers van:

A: brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert?

B: de gemeente Rucphen?

- a. Welke communicatieactiviteiten zetten zij wanneer in?
- b. Welk effect hebben desbetreffende communicatieactiviteiten?

3. Op welke manieren kan communicatie een rol spelen bij het creëren van betrokkenheid en handelingsbereidheid bij dit soort lokale benaderingen?

- a. Wat zegt de literatuur hierover?

4. Met welke actoren en factoren in de kernen van Rucphen dien je rekening te houden bij brandveiligheidsbewustwording van burgers?

- a. Wat is de houding van deze burgers ten opzichte van brandveiligheid en hun eigen verantwoordelijkheid daarin? Welke factoren spelen hierbij een rol?

- b. Wat is de houding van deze burgers ten opzichte van de gemeente en de brandweer?
- c. Op welke wijze verloopt communicatie met en tussen burgers in de diverse kernen? Welke media spelen daarbij een rol?
- d. Welke sociale netwerken zijn aanwezig in de kernen van Rucphen?
- e. Op welke manier communiceren deze sociale netwerken intern en extern? Welke media spelen daarbij eventueel een rol?

5. Wat doen andere (vooroplopende) brandweerorganisaties aan bevordering van brandveiligheidbewustwording bij burgers?

- a. Hoe speelt communicatie een rol?
- b. Maken deze brandweerorganisaties gebruik van sociale netwerkstructuren? Zo ja, hoe?

2.4 Onderzoeksmethoden en verantwoording

In deze paragraaf is te lezen hoe de onderzoeksfase van deze afstudeeropdracht eruit zag. Deze startte met vooronderzoek, waarvan de uitkomsten mijn koers voor het hoofdonderzoek bepaalde.

2.4.1 Vooronderzoek

Vooronderzoek dient ter oriëntatie op het probleem en de organisatie Brandweer Midden- en West-Brabant. In deze fase is zowel desk- als fieldresearch gebruikt.

Voor het deskresearch boden verschillende beleidsplannen, presentaties, notulen en internetsites informatie over en rondom het probleem. Om de organisaties, Brandweer Midden- en West-Brabant, brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert en de gemeente Rucphen te leren kennen is gebruik gemaakt van jaarplannen, de eigen website en beleidsplannen. Ook heb ik literatuur bestudeerd om relevante theorieën met betrekking tot het communicatievraagstuk te selecteren. Algemene informatie over de gemeente Rucphen en haar kernen heb ik hoofdzakelijk gevonden via publicaties van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en via de online publicaties van het weekblad de Rucphense Bode.

Fieldresearch bestond onder andere uit oriënterende gesprekken om deskresearch te toetsen en te peilen op 'juistheid' in de praktijk. Het bijwonen van vergaderingen en het houden van oriënterende interviews hebben geholpen om grip te krijgen op het probleem. Daarnaast heb ik interviews afgenomen om *deelvraag 1: hoe zien de organisaties eruit?* te kunnen beantwoorden. De heer Castelij, medewerker risicobeheersing binnen het cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert heeft mij meer over de organisatie verteld en het probleem in de gemeente Rucphen toegelicht. De heer Buermans, werkzaam binnen de gemeente Rucphen, was mijn informatiebron om de gemeentelijke organisatie en communicatie hierbinnen te leren kennen. De wijze waarop communicatie georganiseerd is binnen de regionale brandweerorganisatie Midden- en West-Brabant is onderzocht met behulp van een interview met mevrouw Vermeulen, hoofd unit communicatie van de Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant.

2.4.2 Hoofdonderzoek

Het hoofdonderzoek is een verbreding en verdieping van het vooronderzoek en bestond ook uit desk- en fieldresearch. Onderstaand staat beschreven via welke onderzoeksmethode(n) gezocht is naar antwoorden op de deelvragen, hoe dat onderzoek opgebouwd was en de verantwoording daarvan.

Deelvraag 2: Hoe is de huidige communicatie rondom brandveiligheid naar burgers van:

A: brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert?

B: de gemeente Rucphen?

Er zijn twee diepte interviews gehouden om te achterhalen hoe de twee organisaties communiceren naar burgers, specifiek over brandveiligheid. Het eerste interview was met de heer Buermans, stafmedewerker bij de gemeente Rucphen. Vervolgens vertelde de heer Theune, medewerker van cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert over zijn taken als verantwoordelijke voor communicatie omtrent brandveiligheid naar burgers. Om conclusies te kunnen trekken over het effect van desbetreffende communicatie, zijn diepte interviews gehouden met inwoners van de vijf kernen en korte vragenlijsten huis aan huis afgenomen (voor de verantwoording daarvan zie deelvraag 4).

Deelvraag 3: Op welke manieren kan communicatie een rol spelen bij het creëren van betrokkenheid en handelingsbereidheid bij dit soort lokale benaderingen?

Voor het beantwoorden van deze vraag zijn theoretische inzichten gebruikt, afkomstig van verschillende bronnen, zoals boeken en internet. Getracht is om deze theorieën te voorzien van praktische voorbeelden, gebaseerd op de opdracht in deze scriptie. Houd daarbij in het achterhoofd dat deze deelvraag niet leidt tot een eenduidig antwoord, maar inzichten verschaft in welke rollen communicatie zou kunnen spelen bij het creëren van betrokkenheid en handelingsbereidheid omtrent brandveiligheid op lokaal niveau. Het theoretisch kader, het hoofdstuk waarin deze deelvraag is verwerkt, bood handvatten voor de onderzoeksopzet van deelvraag vier.

Deelvraag 4: Met welke actoren en factoren in de kernen van Rucphen dien je rekening te houden bij brandveiligheidsbewustwording van burgers?

Tijdens het vooronderzoek bleek al dat de vijf kernen van de gemeente Rucphen qua cultuur van elkaar verschillen en dat de manier waarop inwoners met elkaar omgaan verschilt. Daarom is gekozen om te starten met één diepte interview per kern, met een respondent die sterk met het dorp verbonden is, doordat hij of zij participeert in verschillende sociale netwerken. Het idee daarachter was dat deze persoon over een breed sociaal netwerk beschikt binnen zijn of haar dorp en wellicht kan inschatten hoe de inwoners over bepaalde zaken denken. De belangrijkste doelen hierbij waren:

- Achterhalen wat de houding van inwoners is ten opzichte van brandveiligheid en hun eigen verantwoordelijkheid daarin;
- Onderzoeken hoe de houding van de burgers is ten opzichte van brandweer en gemeente;
- Ondervinden op welke wijze communicatie verloopt in de kernen;
- En of, en in hoeverre sociale netwerken daarbij een rol spelen.

De respondenten zijn geselecteerd naar aanleiding van het vooronderzoek en de interviews met de heer Castelijns en de heer Buermans. Hen is gevraagd of zij mensen kenden uit de kernen die voldeden aan het profiel van een 'actieve, sociaal betrokken burger'. De voorgestelde personen werden vervolgens door mij gecheckt op bruikbaarheid en benaderd om mee te werken. In de eerste twee interviews (gehouden met een respondent uit Schijf en Sprundel) werden nieuwe kandidaat respondenten aangedragen voor de overige kernen. De geïnterviewde personen voldoen naar mijn mening allemaal aan het criterium. Een nadeel aan het op deze wijze 'verkrijgen' van respondenten, is dat het allen mannen zijn en daarnaast vier van de vijf ouder dan 55 jaar.

De eerste vijf diepte interviews bevestigden het beeld dat de kernen onderling sterk verschillen. Het oorspronkelijke idee om één advies te geven, geldend voor de hele gemeente Rucphen, leek

daardoor minder geschikt. Het communicatieadvies dient mijns inziens in dit geval toegespitst te worden op de specifieke situaties in de dorpen. Zonder over de onderzoeksresultaten in dit hoofdstuk verder uit te wijden, werd in het kader van beperkte onderzoeksmogelijkheden door tijdsdruk besloten om in twee dorpen het onderzoek te vervolgen. Schijf, een zeer klein dorp met een sterke sociale cohesie, en Rucphen, waar deze dorpse samenhang wat minder aan de orde is. Doordat uitsluitend mannen geïnterviewd waren, werden voor deze twee kernen daarom twee vrouwelijke respondenten als informatiebron gebruikt, beide jonger dan 55 jaar.

De interviews waren halfgestructureerd van aard. Vooraf zijn topics geformuleerd waaronder een aantal vragen zijn onderverdeeld.³ De input van de respondent bood aanknopingspunten om door te vragen en specifiekere informatie over desbetreffende kern en haar inwoners te achterhalen.

Om de in de interviews aangereikte informatie te toetsen op juistheid en op onvoldoende beantwoorde vragen antwoord te krijgen, is in Rucphen en Schijf huis aan huis onderzoek gedaan door middel van een vragenlijst.⁴ De doelen van dit onderzoek waren:

- Toetsen in hoeverre mensen zich bewust zijn van brandveiligheid;
- Peilen wat de houding van inwoners is ten opzichte van de brandweer en de gemeente;
- Toetsen in welke mate sociale netwerken een rol spelen in het dagelijks leven van de inwoners;
- En onderzoeken welke lokale media worden gebruikt.

Het onderzoek is gehouden onder vijftien respondenten per kern, woonachtig in verschillende delen van het dorp, in verschillende type huizen. De respondenten zijn willekeurig geselecteerd, wel is gedurende het onderzoek getracht respondenten van verschillende leeftijden te ondervragen. Respondenten waren in alle gevallen 'eigenaar' of 'hoofdbewoner' van desbetreffende woning, kinderen zijn niet in het onderzoek meegenomen.

Onderstaand wordt per onderzoeksmethode voor deelvraag vier een overzicht gegeven van het aantal respondenten in de verschillende kernen van Rucphen.

Onderzoeksmethode	Kern	Aantal respondenten
Diepte interviews:	Rucphen	2
	Schijf	2
	Sprundel	1
	St. Willebrord	1
	Zegge	1
Vragenlijst aan huis:	Rucphen	15
	Schijf	15

Deelvraag 5: Wat doen andere brandweerorganisaties aan bevordering van brandveiligheidbewustwording bij burgers?

Tijdens het vooronderzoek ontdekte ik dat andere brandweerregio's in Nederland zich ook verdiepen in het onderwerp van deze scriptie en dat de uitkomsten daarvan nuttig konden zijn. In overleg met de opdrachtgever is gekozen om twee pilots onder de loep te nemen, gehouden in Amersfoort en Drenthe. In Amersfoort is de heer Gul, projectleider van Veilig Wonen Amersfoort geïnterviewd en bij Brandweer Drenthe was de heer Dam mijn informatiebron.

³ In het bijlagenboek zijn de topics met interviewvragen opgenomen.

⁴ De vragenlijst is opgenomen in het bijlagenboek.

2.5 Betrouwbaarheid

Het grootste deel van het onderzoek is gehouden via interviews. De respondenten van de zeven diepte interviews zijn 'via via' aangedragen. Tijdens het huis aan huis onderzoek is getracht mensen te ondervragen uit verschillende leeftijdsgroepen en woonachtig in verschillende type huizen. De resultaten zijn in geen geval representatief gezien de beperkte en niet geheel aselechte steekproef uit de populatie. Bovendien zijn de antwoorden die respondenten gaven gebaseerd op hun eigen visie, die wordt geconstrueerd door persoonlijke ervaringen, opvattingen, waarden en normen. Vervolgens zijn deze door mij geïnterpreteerd, en hoewel met de grootst mogelijke zorg en gedetailleerd uitgewerkt, bestaat de kans dat mijn interpretaties niet stroken met de beoogde intenties van de respondenten. Het zijn indicaties, verkregen uit zeven diepte interviews en dertig korte interviews bij mensen aan huis, die de basis vormen van het advies voor Brandweer Midden- en West-Brabant.

3. ORGANISATIES

In dit hoofdstuk, bestaande uit vier paragrafen, wordt antwoord gegeven op de eerste deelvraag, hoe de betrokken organisaties eruit zien. De opdrachtgever van de opdracht in deze scriptie is Brandweer Midden- en West-Brabant, maar dit is niet de enige organisatie die aan het onderwerp gerelateerd is. In paragraaf twee volgt een uiteenzetting van het brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert. Vervolgens komt in paragraaf drie de gemeente Rucphen aan bod en tot slot wordt de relatie tussen de organisaties uitgelegd. In dit hoofdstuk is getracht de meest relevante informatie met betrekking tot de opdracht weg te zetten, ik verwijs naar het bijlagenboek voor verdere toelichting.

3.1 Brandweer Midden- en West-Brabant

Brandweer Midden- en West Brabant is onderdeel van de Veiligheidsregio Midden- en West Brabant en 'verantwoordelijk'⁵ voor de brandweezorg in deze regio. Brandweer Midden- en West-Brabant is op 1 januari 2010 ontstaan uit een fusie van 26 brandweerkorpsen en de regionale brandweer. De organisatie is daarbij van onderaf opgebouwd en kent op dit moment nog een sterke decentrale aansturing binnen de tien brandweerclusters.⁶

Brandweer Midden- en West-Brabant streeft naar een meer regionale oriëntatie. Gedurende het uitvoeren van deze opdracht zijn de nodige organisatieveranderingen gaande. Deze scriptie richt zich waar mogelijk op de nieuwe situatie van Brandweer Midden- en West-Brabant. Waar dat niet lukt, vanwege het ontbreken van relevante informatie, wordt dit vermeld.

3.1.1 Kernactiviteiten

De brandweerorganisatie kent drie brandweertaken, die hieronder kort uiteengezet worden.

Risicobeheersing: Het doel van de sector Risicobeheersing is het zo veel mogelijk voorkomen van brand en zware ongevallen en indien deze toch plaats vinden, het beperken van slachtoffers. Dit komt tot uiting in het adviseren over en beïnvloeden van beleid van lokale en regionale gemeenten, architecten, aannemers en gebruikers voor een hogere brandveiligheidbewustwording.

Incidentbestrijding: De sector Incidentbestrijding houdt zich bezig met de voorbereiding op en het daadwerkelijke optreden van de brandweer. Taakvelden zijn oefenen, operationele voorbereiding, repressie en nazorg.

Crisisbeheersing en rampenbestrijding: Crisisbeheersing en rampenbestrijding bestaat uit taken rondom het voorkomen, bestrijden, beheersen en evalueren van rampen en crises. Een belangrijk speerpunt is multidisciplinaire samenwerking met andere hulpverleningorganisaties.

3.1.2 Structuur

Met het oog op de meer regionale insteek van Brandweer Midden- en West-Brabant is een nieuwe organisatiestructuur ontwikkeld. Deze is visueel weergegeven in het organogram, weergegeven in afbeelding 3.1.

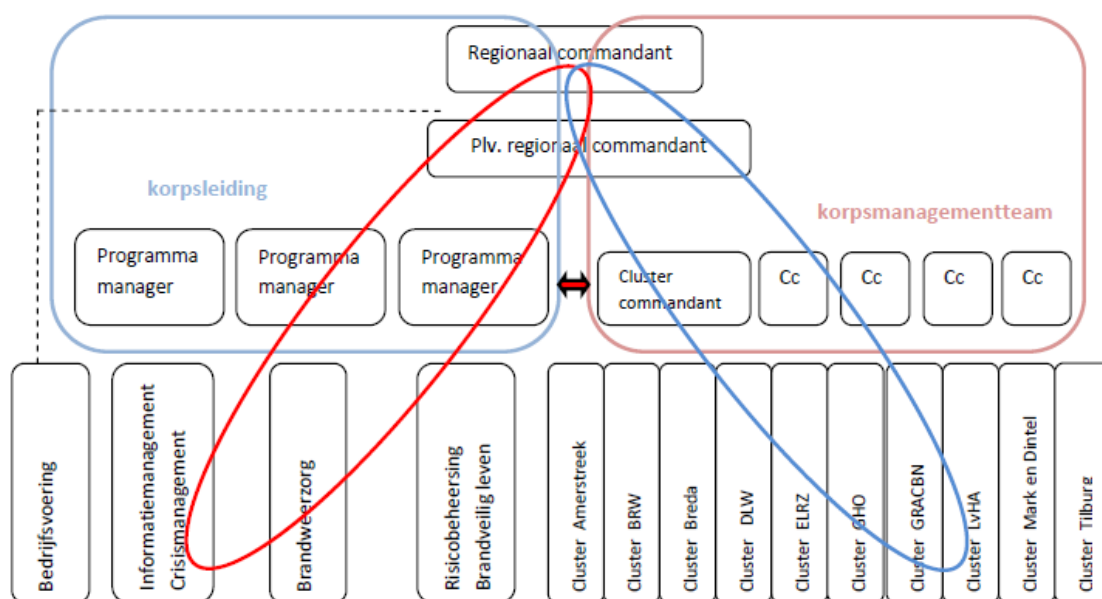
De regionaal commandant en zijn plaatsvervanger sturen de programmamanagers en de clustercommandanten aan. De programmamanagers zijn verantwoordelijk voor de kerntaken

⁵ De gemeenten zijn eindverantwoordelijk

⁶ Organisatieontwikkeling BMWB 2012 – 2015 & Jaarplan BMWB 2011.

'Risicobeheersing en Brandveilig leven', 'Incidentbestrijding' (in het organogram aangeduid met de term 'Brandweezorg'), 'Informatiemanagement en crisismanagement' en 'Bedrijfsvoering'. Daarnaast beheren de regionaal commandant en zijn plaatsvervanger de relatie met de veiligheidsregio, de ondernemingsraad en het georganiseerd overleg. De regionaal commandant, de plaatsvervangend regionaal commandant en de programmamanagers vormen samen de korpsleiding.

De clustercommandanten sturen de operationele clusters aan, zij zijn verantwoordelijk voor de dagelijkse brandweezorg en de voorbereiding en nazorg daarvan in desbetreffende gemeente(n). Er zijn tien clusters binnen de regio, die sinds 1 april 2012 officieel worden aangestuurd door vijf clustercommandanten.⁷ De clustercommandanten vormen het eerste aanspreekpunt voor de burgemeesters. Zij dienen ontwikkelingen in de gemeenten te volgen, behartigen de relatie met de klant, monitoren klantsignalen en zorgen dat de juiste gesprekspartners aan tafel komen.



Afbeelding 3.1 organogram Brandweer Midden- en West-Brabant

3.1.3 Organisatie van communicatie

Communicatie voor Brandweer Midden- en West-Brabant is gecentraliseerd binnen de unit communicatie van de Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant. Deze afdeling bedient met haar zes medewerkers (4,3 fte) de verschillende organisatieonderdelen van de Veiligheidsregio: concern Veiligheidsregio, GHOR, brandweer, GMK en organisatieonderdeel gemeenten. De unit communicatie ziet deze organisaties als haar klanten die elk een eigen accountmanager van de communicatieafdeling hebben.

Geschiedenis

Om de plaats van communicatie en haar rol binnen de brandweerorganisatie te begrijpen is een beknopte inleiding in het ontstaan van de unit communicatie noodzakelijk. De communicatieafdeling werd in 2008, alvorens de Veiligheidsregio formeel een eenheid was, gevormd als project en betiteld als pilot om te kijken of de Veiligheidsregio kans van slagen had. Tot dusver werd tussen de kolommen (verschillende hulpdiensten) niet gecommuniceerd. In sneltreinvaart werden communicatiemedewerkers van de hulpdiensten vervolgens overgeplaatst

⁷ Zie bijlage voor een overzicht van de tien clusters.

om samen een stevige communicatieafdeling op te bouwen die de verschillende klanten zou bedienen. Medewerkers waren destijds voor hun gevoel nog niet klaar om multidisciplinair te werken⁸. Naast bovenstaande dient ook in acht genomen te worden dat de brandweer destijds nog niet formeel was geregionaliseerd. Zij bestond toen nog uit 26 gemeentelijke brandweerkorpsen en één concern brandweer. In 2010 werd Brandweer Midden- en West-Brabant een feit, maar zoals eerder al aangegeven is de organisatie nog steeds sterk gedecentraliseerd.

De recente ontwikkelingen en de huidige reorganisatie van de brandweer dragen bij aan het feit dat Brandweer Midden- en West-Brabant nog geen overall communicatievisie heeft. Tot op heden lijkt communicatie instrumenteel te worden ingezet om alle klanten zo goed mogelijk te kunnen bedienen. Ik citeer mevrouw Vermeulen, hoofd unit communicatie:

“De organisaties zijn er nog niet klaar voor om strategisch over communicatie na te denken. Zij hebben honderd andere prioriteiten.”

Visie op communicatie

De unit communicatie heeft zelf wel een visie op de rol van communicatie:

“Communicatie adviseert en faciliteert op een proactieve, doelgerichte en slagvaardige wijze. Dit levert een relevante bijdrage aan de doelstellingen van de veiligheidsregio. Dit gebeurt door interactief verbinding te leggen tussen de omgeving en de veiligheidsregio. De boodschap hierbij is eenduidig en transparant. Dit doen wij vanuit een centrale rol met gevoel voor ondernemerschap.”⁹ De unit communicatie heeft zichzelf een belangrijke doelstelling opgelegd, namelijk het communicatiever maken van de organisaties. Het afdelingshoofd vindt het belangrijk dat haar klanten zelf in staat zijn op een goede manier naar buiten te treden. De afdeling communicatie kan en wil communicatie niet controleren maar verantwoordelijkheden daaromtrent delegeren.

Speerpunten

De communicatieafdeling van de Veiligheidsregio zet in op vier onderwerpen:

1. Corporate communicatie
2. Interne communicatie
3. Risicocommunicatie
4. Crisiscommunicatie

Communicatie binnen Brandweer Midden- en West-Brabant

De brandweer is een organisatie met een *hands-on* mentaliteit en de vraag voor communicatie heeft vooral betrekking op uitvoerende zaken.¹⁰ In de toekomstige visie op communicatie binnen de brandweer zal de omslag naar de voorkant van de veiligheidsketen wel worden meegenomen. Op lange termijn draait het er voor de brandweer om de buitenwereld bewuster te maken van brandveiligheid om de samenleving naar een hoger veiligheidsniveau te tillen.¹¹

Om de organisatie zo goed mogelijk te bedienen is een communicatie werkplan voor 2012 opgesteld. Hierin staan drie rollen van de unit communicatie beschreven waar onder andere de volgende taken bij horen¹²:

⁸ Vermeulen, A. interview, 22 maart 2012

⁹ Idem.

¹⁰ Idem.

¹¹ Idem..

¹² Wijk, M. van (2012) – Communicatie Brandweer MWB 2011/2012

- **De uitvoerder:** woordvoerderschap, redactionele ondersteuning, webbeheer, personeelsmagazine Fire Flyer, huisstijlbeleid, relatiegeschenkbeheer en faciliteren van bijeenkomsten en open dagen.
- **De expert:** opstellen van het persbeleid, werving van nieuwe medewerkers en vrijwilligers, advisering en aanlevering middelen omtrent voorlichting, ondersteunen tijdens de brandpreventieweken en adviseren en redigeren van speeches.
- **De adviseur:** communicatiever maken van de medewerkers, adviseren van de korpsleiding en het korpsmanagementteam over te voeren communicatiebeleid van de vier onderwerpen, toetsing van het advies binnen de Veiligheidsregio en advisering omtrent communicatie met betrekking tot de nieuwe preventieve koers.

Met betrekking tot het onderwerp van deze scriptie (het verhogen van bewustwording van brandveiligheid en het stimuleren van handelingsbereidheid hieromtrent) is geen beleid geformuleerd. Dit wil echter niet zeggen dat de unit communicatie zich niet bezig houdt met activiteiten op dit gebied. Ze haakt aan bij de nationale brandpreventieweken, waarin hun taak vooral ondersteunend en uitvoerend is omdat strategische keuzes op landelijk niveau zijn gemaakt. Ook rondom specifieke thema's zoals carnaval en kerstmis organiseert de afdeling communicatieactiviteiten om burgers bewust te maken van brandgevaaren en hun eigen verantwoordelijkheid daarin. De rol die de afdeling communicatie voor zichzelf ziet binnen risicocommunicatie is vooral adviserend. Er moet in de toekomst samengewerkt worden met het programma Risicobeheersing aangezien zij inhoudelijk de boodschap moeten bepalen.¹³

De communicatieafdeling heeft zelf een beeld over hoe burgers bewust(er) kunnen worden van brandveiligheid. "We moeten veel meer van buiten naar binnen kijken", stelt mevrouw Vermeulen. "We kunnen veel van burgers leren als we luisteren naar waar behoefte aan is." De afdeling wil in de toekomst co-creëren met de burger. Volgens het afdelingshoofd is het belangrijk om op zoek te gaan naar verbindingen en *gatekeepers* in de (online)samenleving. *Gatekeepers* zijn belangrijke personen in specifieke *communities* die mede verantwoordelijk gemaakt kunnen worden van een probleem. Het doel daarvan is de achterban te bereiken en iedereen in tijden van crisis mee te krijgen.

3.2 Cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert

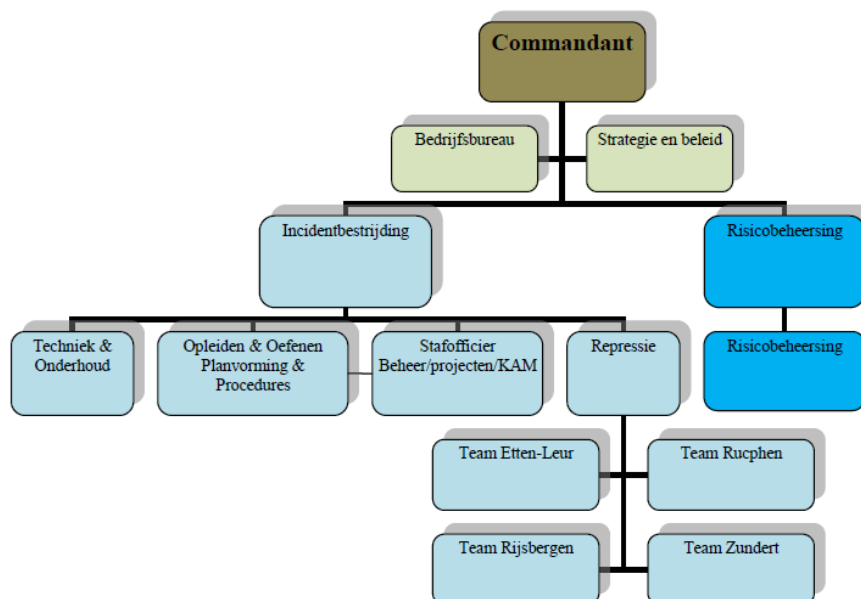
Omdat deze opdracht zich richt op de gemeente Rucphen is het belangrijk stil te staan bij het feit dat in deze gemeente het cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert verantwoordelijk is voor de brandweezorg.

3.2.1 Structuur

Het brandweercluster bestaat zowel uit beroeps- als vrijwillige brandweerlieden. De zestien beroepsmedewerkers zijn vooral werkzaam in de dagdienst, aan de koude kant van het brandweervak. Soms bekleden zij dubbelfuncties, dat houdt in dat ze ook kunnen uitrukken bij alarmering. Het vrijwillige team is met 125 medewerkers verantwoordelijk voor de repressie.

Cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert beschikt over vier brandweerkazernes welke in Etten-Leur, Rucphen, Zundert en Rijsbergen gevestigd zijn. Het organogram van het cluster is weergegeven in afbeelding 3.2. De interne vernieuwingen en mogelijke consequenties voor het cluster zijn hierin nog niet verwerkt.

¹³ Vermeulen, A. interview, 22 maart 2012



Afbeelding 3.2 organogram cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert

In het kader van deze opdracht is het zinvol om stil te staan bij een aantal onderdelen uit het organogram. Te beginnen bij de Repressie waar vier teams zijn onderverdeeld. Het team Rucphen bestaat uit de vrijwillige brandweerlieden die uitrukken in de vijf dorpen van de gemeente Rucphen.

De huidige situatie is zo dat alle brandweerclusters een eigen afdeling Risicobeheersing bezitten. Voor dit cluster zijn dat vijf medewerkers, inclusief het afdelingshoofd. Met de beoogde organisatieverandering van Brandweer Midden- en West-Brabant zal Risicobeheersing één van de drie centrale programma's worden zoals weergegeven in het organogram van Brandweer Midden- en West-Brabant. Of, en zo ja hoe sector Risicobeheersing vertegenwoordigd zal zijn binnen de tien clusters is nog onduidelijk.

3.2.2 Visie en doelstellingen

Het cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert heeft haar eigen expliciete visie en doelstellingen geformuleerd. Het is in het kader van deze opdracht van belang om stil te staan bij het gedachtegoed van waaruit dit brandweercluster haar taken uitvoert en wat zij wil bereiken.

Visie

"Een veilig woon- en leefmilieu, waar de burger, het bedrijfsleven en bestuur kunnen rekenen op een dienstbare, deskundige en daadkrachtige brandweezorg. Samen met haar in- en externe partners werkt zij op een interactieve en integrale manier aan deze voor iedereen duurzaam veiligere en leefbaardere omgeving.¹⁴"

Doelstellingen

Het cluster heeft twee doelstellingen geformuleerd die interessant zijn om bij stil te staan aangezien deze scriptie kan bijdragen aan het behalen daarvan.

¹⁴ Jaarplan Brandweer Midden- en West-Brabant, blz. 56

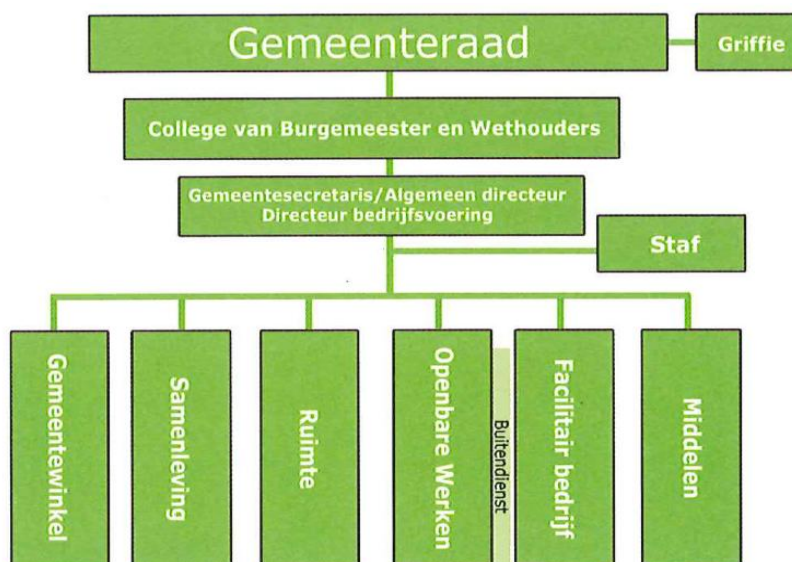
1. Het vergroten van de communicatie en samenwerking met de burgers, bedrijven en instellingen uit het cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert, evenals het informeren van deze doelgroepen op het gebied van brandveiligheid.¹⁵
2. Het vergroten van het brandveiligheidsbewustzijn bij de burgers, bedrijven en instellingen uit het cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert.¹⁶

3.3 Gemeente Rucphen

De gemeente Rucphen ligt in het westen van de provincie Noord-Brabant, tussen Roosendaal en Etten-Leur. De gemeente bestaat uit vijf kerkdorpen: St. Willebrord, Sprundel, Rucphen, Zegge en Schijf.¹⁷

3.3.1 Structuur

De gemeentelijke organisatie telt ongeveer 180 medewerkers in zowel binnen- als buitendienst. Zij zijn goed voor 150 fte.¹⁸ De structuur van de gemeentelijke organisatie is weergegeven in afbeelding 3.4. De gemeenteraad bestaat uit negentien leden, waarvan zeven van de VVD, vijf van de RVP, vier uit het CDA, twee van de D66 en één lid van de PvdA.¹⁹ De burgemeester is voorzitter van de raad. Het college van burgemeester en wethouders vormt het dagelijks bestuur van de gemeente Rucphen en voert naast een aantal eigen taken de besluiten van de raad uit. De gemeentesecretaris heeft de dagelijkse leiding over de ambtenaren en is tevens adviseur van burgemeester en wethouders. Met de directeur bedrijfsvoering vormen zij de directie en geven leiding aan de afdelingsmanagers. De directie wordt voor beleidsmatige taken ondersteund door de staf. Strategische communicatie is daarvan een onderdeel en is vertegenwoordigd binnen de stafafdeling. De ambtenarij bestaat uit zes afdelingen waarvan de afdeling Middelen er één is. Uitvoerende communicatietaken zoals persvoorlichting, uitvoering van communicatieplannen en het beheren van de website zijn geformaliseerd binnen deze afdeling. De capaciteit daarvoor beslaat ongeveer 3 fte²⁰.



Afbeelding 3.4 organogram gemeente Rucphen

¹⁵ Jaarplan Brandweer Midden- en West-Brabant, blz. 56

¹⁶ Idem, blz. 57

¹⁷ Het bijlagenboek bevat een kaart van de gemeente Rucphen en haar vijf kernen.

¹⁸ Buermans, F. interview, 15 maart 2012

¹⁹ Gemeentegids Rucphen 2012

²⁰ Buermans, F. mail contact, 14 mei 2012

3.4 Relatie tussen brandweer en gemeente

De relatie tussen de brandweer en de gemeente Rucphen is sinds de invoering van de Veiligheidsregio veranderd. Voorheen was de brandweer onderdeel van de gemeente, nu is ze ondergebracht in de Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant en vervult de rol van adviesorgaan richting de gemeente. Brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert en de gemeente Rucphen hebben regelmatig contact op verschillende niveaus. Op bestuurlijk niveau komen de burgemeesters van de drie gemeenten (Etten-Leur, Rucphen en Zundert) bij elkaar met de clustercommandant. Daarnaast heeft ook de burgemeester van Rucphen individueel contact met de commandant. Er wordt eens in de zes weken multidisciplinair en op ambtelijk niveau overlegd. Hier zijn de burgemeester, de teamchef van de politie en de clustercommandant bij aanwezig.

De heer Buermans, stafmedewerker op gebied van communicatie, PR en (brand)veiligheid heeft regelmatig overleg met een medewerker van de sector Risicobeheersing van de brandweer. Op de werkvloer vindt veelvuldig contact plaats met de heer Castelijns, medewerker risicobeheersing binnen het cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert. Meneer Castelijns bevindt zich één dag in de week op het gemeentekantoor waardoor korte lijnen bestaan met de ambtenaren. Deze relatie is erg operationeel van aard, de heer Castelijns adviseert over bouwplannen, evenementen en andere zaken omtrent brandveiligheid.

Met betrekking tot de probleemstelling van de opdracht, de overschrijding van de opkomstnorm in delen van de gemeente Rucphen, zal samenwerking tussen beide partijen noodzakelijk zijn. Op de eerste plaats omdat het een specifiek probleem is dat zich binnen de gemeente Rucphen afspeelt. Daarnaast is de gemeente verantwoordelijk voor brandweezorg en heeft de brandweer een uitvoerende rol.²¹ "Juridisch is de gemeente aansprakelijk, mits de brandweer er alles aan gedaan heeft om de norm te behalen. De aansprakelijkheid ligt bij de gemeente, behalve als zij kan aantonen dat het advies van de brandweer niet voldoende is geweest."²²

²¹ Buermans, F. interview, 15 maart 2012

²² Kools, B. (bedrijfsjurist) persoonlijke communicatie, 13 februari 2012

4. HUIDIGE COMMUNICATIE OMTRENT BRANDVEILIGHEID

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de tweede deelvraag, hoe de huidige communicatie rondom brandveiligheid naar burgers is georganiseerd en welke activiteiten daarvoor worden ingezet. Daarbij is onderscheid gemaakt in hoe aan de ene kant het brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert en aan de andere kant hoe de gemeente Rucphen dit aanpakt. De laatste paragraaf gaat verder in op het effect van desbetreffende communicatieactiviteiten.

4.1 Cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert

In hoofdstuk 3, paragraaf 3.2.2 werden doelstellingen van het cluster uitgelicht. Daarin kwam naar voren dat het bevorderen van brandveiligheidsbewustzijn van burgers een speerpunt is. In dat kader heeft de afdeling Risicobeheersing één medewerker, de heer Theune, aangewezen die, naast zijn reguliere werkzaamheden, ook taken op dit gebied heeft omarmt. Deze medewerker is als enige aangewezen om brandveiligheidsbewustwording en eventuele gedragsverandering hieromtrent te bevorderen in de drie gemeenten Etten-Leur, Rucphen en Zundert. Hij is ook degene die de activiteiten rondom de brandpreventieweken uitrolt. Vanwege de geringe capaciteit is binnen het cluster gekozen om elk jaar de brandpreventieweken op een van de drie gemeenten te betrekken. Dit wordt afgewisseld, zodat de gemeente Rucphen eens in de drie jaar aan bod komt. De communicatieactiviteiten die (vanuit het brandweercluster) in de gemeente Rucphen zijn ingezet, zijn de volgende²³:

- Schijf: In deze kern is een lezing/informatiebijeenkomst georganiseerd door de KBO. De brandweer, aanwezig op uitnodiging, verstrekke informatie over brandveiligheidsaspecten en risicofactoren. De doelgroep lag in de leeftijdscategorie 55+ en de indruk ontstond dat de informatie van toevoegde waarde was.²⁴
- Rucphen: In het dorp Rucphen is in het kader van de brandpreventieweken twee jaar geleden een ontruimingsoefening geweest in een zorginstelling. Daar is destijds voor gekozen omdat het thema van de brandpreventieweken te maken had met vluchtplannen.
- Sprundel: Dit dorp heeft voor de regionalisatie van Brandweer Midden- en West-Brabant aandacht gekregen in het kader van het thema brandveiligheid. Een informatiemiddag, in samenwerking met andere hulpdiensten werd bezocht door zo'n tweehonderd personen.
- Gemeente Rucphen: De gemeente telt zeven basisscholen en deze hebben een uitnodiging gekregen van de brandweer om gebruik te maken van een lespakket, genaamd Billy Brandkraan. Dit lespakket, ontwikkeld door brandweerregio Brabant Zuid-Oost bestaat uit een leerlingen- en een lerarenboekje. De basisscholen kunnen zich aanmelden als zij hier gebruik van willen maken, waarna de brandweermedewerker het pakket persoonlijk overhandigt om er informatie over te verstrekken. De scholen krijgen ook de gelegenheid om een bezoek aan de kazerne te brengen of een gastles door een brandweerbredid te laten verzorgen. Dit laatste komt op dit moment nog niet goed uit de verf vanwege het capaciteitstekort.²⁵ In de gemeente Rucphen hebben twee of drie scholen het lespakket aangevraagd, niet duidelijk is in hoeverre het wordt gebruikt.

Het is duidelijk dat van structurele communicatie met burgers over brandveiligheid, geen sprake is en dat taken hieromtrent niet zijn vastgelegd. De verantwoordelijke medewerker doet deze

²³ Theune, A. interview, 3 april 2012

²⁴ Idem.

²⁵ Idem.

communicatietaken naast zijn reguliere werk en is daarvoor niet specifiek opgeleid. Hoewel risicocommunicatie formeel prioriteit heeft, valt deze taak als eerste af als de brandweerm medewerkers keuzes moeten maken tussen hun werkzaamheden.

Uit bovenstaande informatie kan geconcludeerd worden dat in de kernen St. Willebrord en Zegge nooit aandacht besteed is aan brandveiligheid voor particulieren.

4.2 Gemeente Rucphen

De gemeentelijke organisatie Rucphen heeft sec voor brandveiligheid geen communicatiemiddelen in huis. Wel bestaat er een folder 'Wat te doen bij..?', waarin een breed scala aan risico's worden benoemd met tips om de gevolgen te beperken. Brandveiligheid is daarin ook opgenomen. Sinds de invoering van de Veiligheidsregio valt de brandweer niet meer direct onder de gemeente Rucphen en is de brandweer zelf verantwoordelijk voor communicatie omtrent brandveiligheid.²⁶ Het belangrijkste doel van de gemeente, in het kader van brandveiligheid, is op de eerste plaats voldoen aan de wettelijke verplichtingen. Tijdens het gesprek met de heer Buermans ontstond de indruk dat een proactieve benadering van burgers niet (hoog) op de agenda staat. De huidige situatie waarin formeel de opkomstnorm wordt overschreden vraagt om communicatie met bewoners, dit zou volgens de heer Buermans primair een taak van de gemeente zijn in samenwerking met de brandweer.

4.3 Effect

Op voorhand, zonder dat enig onderzoek heeft plaatsgevonden, kan het effect van bovenstaande communicatieactiviteiten in twijfel getrokken worden. Communicatie vindt niet structureel plaats, het bereik is zeer beperkt en er worden weinig communicatiemiddelen ingezet om het brandveiligheidsbewustzijn te stimuleren. De resultaten van het onderzoek bevestigen deze hypothese. Tijdens het interview met de heer Konings uit Schijf werd de door de KBO georganiseerde bijeenkomst aangehaald door de respondent, hij vertelde dat 'een groot aantal' ouderen aanwezig was.²⁷ De heer Theune, die daarbij aanwezig was als brandweerm edewerker sprak van een opkomst van ongeveer 40 personen.²⁸ De algemene folder van de gemeente 'Wat te doen bij...?' is genoemd in het interview met de heer Van Loon uit Rucphen. Echter deze persoon is politiek betrokken en dat zou de reden kunnen zijn dat hij bekend is met deze uitgave. Door geen enkele andere respondent, ook niet in het huis aan huis onderzoek, is deze folder aangehaald. Uit de overige vijf interviews met inwoners van de kernen blijkt dat zij nooit over brandveiligheid in huis zijn geïnformeerd door de brandweer of gemeente. Het huis aan huis onderzoek bevestigt dit beeld; slechts enkele respondenten stellen wel te zijn geïnformeerd. Dit was dan niet vanuit de gemeente of de brandweer maar via iemand uit de familie die werkzaam of vrijwilliger is bij de brandweer, vanuit een BHV opleiding of door de verzekering. Kinderen zijn in het huis aan huis onderzoek niet ondervraagd, zij zouden via het lespakket op school indirect geïnformeerd kunnen worden door de brandweer. Het feit dat 'slechts' twee of drie scholen het lespakket hebben ontvangen, geeft al aan dat deze effecten ook beperkt zullen zijn.

²⁶ Buermans, F. interview, 15 maart 2012

²⁷ Konings, A. interview, 3 april 2012

²⁸ Theune, A. interview, 3 april 2012

5. THEORETISCH KADER

Om Brandweer Midden- en West-Brabant een zo volledig mogelijk advies te geven heeft het communicatievraagstuk in deze opdracht een analyse vanuit de literatuur. Theoretische inzichten vormen tevens het vertrekpunt voor onderzoek van het probleem in de praktijk.

Graag geef ik in de eerste paragraaf een visie op het brede begrip communicatie. Er wordt daarnaast ingegaan op de wijze waarop boodschappen geïnterpreteerd (kunnen) worden en welke factoren daarbij een rol spelen. Vervolgens komen vier verschillende communicatiestrategieën aan bod die afhankelijk van de situatie en doelen kunnen worden ingezet. Gezien de buurtgerichte aanpak in deze scriptie wordt ingezoomd op hoe communicatie een rol kan spelen binnen gemeenschappen en hoe individuen binnen die gemeenschappen elkaar beïnvloeden. In paragraaf zes komen theorieën aan bod over de impact van massamedia. Ten slotte wordt een uitstapje gemaakt naar een psychologisch model over gedrag en de eventuele mogelijkheid tot het veranderen daarvan.

5.1 Visie op communicatie

Omdat de term communicatie in deze scriptie steeds terugkomt is het belangrijk te weten wat daaronder wordt verstaan. De gehanteerde definitie door Van de Pas (2007)²⁹ dekt mijns inziens de lading van het woord en zal daarom leidend zijn in deze scriptie.

“Communicatie is het gebeuren waarbij iemand (zender) de intentie heeft een ander informatie te verschaffen, daartoe een boodschap encodeert en ter beschikking stelt aan iemand (een of meer mensen) die de boodschap waarneemt en er (vanuit een referentiekader, binnen een situatie) betekenis aan toekent (decodeert).”

Naar mijn mening dient daarbij rekening gehouden te worden met de volgende ideeën:

- De context waarin communicatie zich afspeelt dient niet onderschat te worden. Communicatie is geen geïsoleerde activiteit maar vindt plaats op een bepaalde tijd, tussen bepaalde (groepen) personen en op een bepaalde locatie;
- Hoe een boodschap wordt verwerkt en geïnterpreteerd, hangt sterk af van het referentiekader van de ontvanger;
- De onderlinge relatie tussen de personen in het communicatieproces speelt een rol;
- Naast een bewust geproduceerde boodschap geeft een zender altijd onbedoelde signalen af. Aan deze non-verbale informatie kent de ontvanger betekenissen toe en heeft invloed op de door de zender beoogde boodschap.

5.2 Cognitieve dissonantietheorie

In paragraaf één werd uitgelegd dat communicatieboodschappen niet klakkeloos van de zender worden overgenomen maar dat mensen deze zelf interpreteren. Óf interpretatie überhaupt plaats vindt hangt af van het feit of het individu de aangereikte informatie op een bepaald moment nuttig acht.

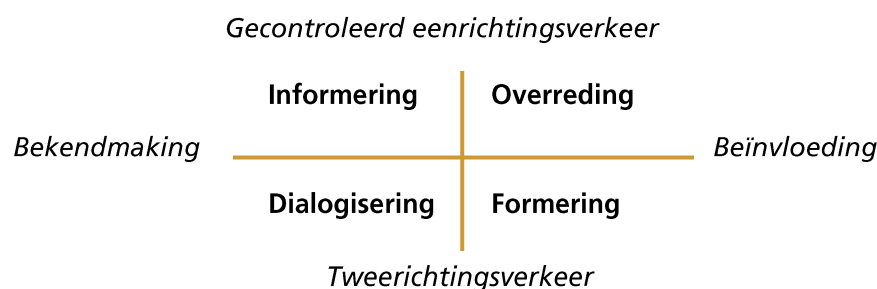
Verondersteld wordt dat mensen over het algemeen streven naar harmonie. Onderzoek wijst uit dat mensen uit beschikbare informatie meestal kiezen wat de eigen ideeën versterkt waardoor het gevoel van eigenwaarde stijgt. Wanneer zij ervaren dat opvattingen, meningen en/of gedrag niet overeenkomen, wordt een onprettige spanning ervaren. Deze eventuele strijd tussen attitudes en gedrag zullen zij proberen te sturen zodat de onaangename spanning verdwijnt.

²⁹ Van de Pas (2007) – Reader communicatietheorie, blz. 31

Neem twee buren, het ene huishouden heeft keurig meerdere rookmelders hangen, hun buren hebben geen enkele rookmelder in huis bevestigd. Zij weten dit niet van elkaar. De vader van het gezin zonder rookmelders acht de kans op brand zeer klein, en bovendien, goede rookmelders zijn duur. Deze twee cognities³⁰ zijn met elkaar in overeenstemming, er bestaat consonantie³¹. Wanneer het onderwerp ter sprake komt met de buurman (met rookmelders) wijst deze hem op het feit dat een aantal jaren geleden brand woedde bij de achterburen en de bewoners konden vluchten dankzij het alarm van de melders. Het aangedragen argument strookt niet met de bestaande cognitie (dat de kans op brand zeer klein is) van de man zonder melders. Er ontstaat cognitieve dissonantie, wat veelal onprettig is. Mensen zullen daarom proberen om de dissonantie te reduceren door bestaande cognities anders te waarderen of nieuwe cognities toe te voegen. Met betrekking tot het voorbeeld zou de man kunnen besluiten om toch rookmelders op te hangen, "maar dan wel de goedkoopste variant". Hij zou ook het standpunt van zijn buurman kunnen overnemen, "brand is toch nooit helemaal uit te sluiten, zo blijkt wel." Hij koopt toch twee rookmelders.

5.3 Het communicatiekruispunt

Het beschrijvende model van Van Ruler (2003) onderscheidt vier communicatiestrategieën die hulp bieden bij het maken van keuzes om problemen op te lossen ten aanzien van communicatie in de context van een organisatie.³² Van Ruler maakt allereerst onderscheid in eenrichtings- en tweerichtingsverkeer. Vervolgens onderscheidt het kruispunt op de horizontale as de doelen bekendmaking en beïnvloeding. Afbeelding 5.1 geeft het communicatiekruispunt weer.



Afbeelding 5.1 Het communicatiekruispunt

Informering: Het kwadrant van eenrichtingsverkeer en de bekendmakingstroom levert de strategie informering op. In de voorlichtingskunde wordt dit ook wel 'hulp bij menings- en besluitvorming' genoemd. Het doel van deze strategie is beïnvloeding van de kennis van de ander, waartoe deze aan het denken wordt gezet en zich eventueel een mening kan vormen en desgewenst een besluit kan nemen.

Overreding: Het kwadrant van gecontroleerd eenrichtingsverkeer en de beïnvloedingstroom levert de strategie overreding op. In de voorlichtingskunde wordt dit ook wel 'persuasieve voorlichting' genoemd maar deze strategie wordt ook veel gehanteerd in reclame en propaganda. Het doel van overreding is een ander overtuigen over een bepaald onderwerp.

Dialogisering: Het kwadrant van tweerichtingsverkeer en de bekendmakingstroom levert de strategie dialogisering op. Dialogiseren beoogt samenspraak met belangrijke stakeholders of de doelgroep en wordt veelal toegepast bij interactieve beleidsvorming.

³⁰ Een cognitie is een idee, overtuiging of waarneming.

³¹ Consonantie kan omschreven worden als harmonie of overeenstemming.

³² Van Ruler (2003) – Strategisch management van communicatie, blz. 20

Formering: Het kwadrant van tweerichtingsverkeer en de beïnvloedingstroom levert de strategie formering op. Formering wordt veelal toegepast wanneer er conflicterende belangen heersen bij stakeholders van de organisatie en wanneer belangrijke beslissingen genomen moeten worden. Het doel van de zender is het beïnvloeden van de houding en eventueel het gedrag van een ander door de dialoog aan te gaan.

Van Ruler omschrijft het communicatiekruispunt als een situationeel model omdat de te hanteren strategie afhankelijk is van het soort communicatieprobleem. Daarnaast stelt Van Ruler dat de basisstrategieën niet per definitie los worden ingezet, maar elkaar kunnen aanvullen en versterken, afhankelijk van de situatie.

5.4 Sociale groepen

Mensen zijn sociale wezens die opvattingen en betekenissen door onderling contact ontwikkelen. De sociale omgeving speelt daarbij een erg grote rol. Het gesprek, of de persoonlijke interactie, vormt daarin een aandachtspunt. Communicatieboodschappen dienen door te klinken in de dagelijkse gesprekken van mensen. Als dat lukt is de kans op effect aanzienlijk groter dan wanneer er onderling niet over gesproken wordt. Het is van belang informatie te verzamelen over de samenhang tussen individuen, de sociale omgeving en de rol van communicatie. Verondersteld kan worden dat twee processen een belangrijke rol spelen³³:

- De wijze waarop individuen, bij het bouwen van hun eigen wereldbeelden, zich laten beïnvloeden door de sociale omgeving;
- En de wijze waarop via communicatie verworven kennis aan anderen kan worden doorgegeven. Dit wordt aangeduid met de term 'diffusie'.

Het is relevant stil te staan bij het feit dat mensen veelvuldig en direct contact hebben met ouders, partner, vrienden, collega's en burens. Professionele communicatie is slechts één van de vele factoren die op het individu inwerken. Bijna iedereen maakt deel uit van een sociale groep. Dit kan familie zijn, een sportvereniging, een organisatie, een vriendenkring etc. Zij houden er een eigen (sub)cultuur op na, met eigen waarden en normen. Drie thema's spelen een rol in de gesprekken die mensen voeren³⁴:

1. Thematisering

De term thematisering beslaat het verschijnsel dat mensen een onderwerp op een bepaalde manier benaderen. Zo kan het probleem van overschrijding van de opkomstnorm vanuit de sociale invalshoek worden geïnterpreteerd (de burger loopt gevaar, of de burger is zelf verantwoordelijk voor brandveiligheid), vanuit een economische invalshoek (de brandweer moet nou eenmaal bezuinigen, daar zitten consequenties aan vast) of bijvoorbeeld een medische invalshoek (de kans op slachtoffers zal toenemen). De invalshoek is bepalend voor de inhoud van het gesprek. Het is zinvol te weten op welke wijze publieksgroepen een onderwerp benaderen, en wat de reden daarvan is.

2. Labeling

Een gethematiseerd onderwerp zal zelden in gesprekken neutraal worden besproken. Het onderwerp krijgt binnen sociale groepen een zeker 'label', waardoor een eigen versie van de werkelijkheid ontstaat. Een fictief voorbeeld zal dit verduidelijken: binnen één van de kernen van Rucphen is een hevige woningbrand ontstaan en de brandweer kon alle inwonenden redden. Bewoners van desbetreffende kern (sociale groep) spreken niets dan lovende woorden over 'hun' brandweerhelden. In de naastgelegen kern is een pyromaan actief die

³³ Aarts en Van Woerkum (2010) – Strategisch management van communicatie, blz. 27

³⁴ Idem, blz. 28

later een brandweermidewerker blijkt te zijn. Bewoners zullen daar mogelijk heel anders over de brandweer spreken.

3. Vocabulaire

Elk onderwerp wordt in bepaalde bewoordingen besproken. De woorden die gekozen worden binnen sociale groepen kunnen een heel andere betekenis hebben dan het woordenboek weergeeft. Communicatie dient aan te sluiten op de manier waarop mensen met elkaar communiceren.

Opinieleiders

Kijkend naar processen van meningsvorming binnen een groep, spelen opinieleiders daarbinnen niet zelden een rol. Een opinieleider is iemand die een relatief grote invloed heeft op de meningen en gedragingen van anderen. Deze persoon kan zowel als voorloper optreden bij verandering van meningen en overtuigingen, of als bewaker van bestaande attitudes. Communicatieboodschappen die strijdig zijn met de overtuigingen van deze opinieleiders hebben mogelijk niet de beoogde invloed. Lukt het daarentegen om belangrijke personen 'achter' de ideeën van de organisatie te krijgen, dan is de kans groot dat leden van de sociale groep volgen.

5.5 Gemeenschappen

Mensen zich graag onderscheiden van anderen. Aan de andere kant wil iedereen het gevoel hebben ergens bij te horen. Met in het achterhoofd de lokale benadering van deze scriptie is het zinvol te kijken naar welke factoren een rol spelen in het ontstaan en (voort)bestaan van gemeenschappen, netwerken en *communities*.

Wat wordt verstaan onder de term gemeenschap? Vanuit de sociologie werd in de jaren zeventig door Richard Sennett (1971) de volgende omschrijving van het begrip gemeenschap gegeven:

"Een gemeenschap is een soort bijzondere sociale groep waarbinnen de leden geloven dat zij iets gemeen hebben. Het gemeenschappelijk voelen is iets broederlijks voelen; er is meer voor nodig dan alleen maar erkenning dat mensen elkaar op materieel terrein niet kunnen missen. De gemeenschapsband betekent dat men een gemeenschappelijke identiteit voelt, een genoegen in het erkennen van het 'ons' en 'wat wij zijn'.³⁵" De gezamenlijke identiteit geldt binnen een gemeenschap als cruciale factor.

Aarts en van Woerkum (2010) kiezen voor de volgende omschrijving van een gemeenschap, welke leidend zal zijn in mijn scriptie:

"Een gemeenschap is een stelsel van relaties tussen mensen met een gemeenschappelijk doel of belang, een gemeenschappelijke identiteit en gemeenschappelijke symbolen."

Wanneer het gaat over gemeenschapsvorming kunnen twee belangrijke trends niet buiten beschouwing blijven. Ik doel op de trend van globalisering en individualisering. Onderstaande opvattingen over deze twee veel gebruikte termen zijn afkomstig van Noelle Aarts en Cees van Woerkum (2010).

Globalisering

Globalisering is de toename van wereldwijde verbondenheid en het vergroten van netwerken over de hele wereld. Met behulp van informatietechnologie lijken grenzen te vervagen. Bestaande gemeenschappen kunnen uiteenvallen, maar zich onder deze trend ook uitbreiden. Dit brengt onzekerheid met zich mee die mensen kunnen oplossen door nieuwe (hechte)

³⁵ Aarts en Van Woerkum (2010) – Strategisch management van communicatie, blz. 81

gemeenschappen te vormen of anders vorm te geven. Met opkomende globalisering ontstaat tegelijkertijd een tegenbeweging: mensen zoeken juist regionale en lokale verbondenheid en organiseren zich in lokale gemeenschappen. De wijk als directe woonomgeving wordt bijvoorbeeld belangrijker.

Individualisering

Individualisering verwijst naar een afnemende sociale cohesie tussen mensen door de toenemende keuzevrijheid van individuen. Veelal wordt de trend als negatief bestempeld: steeds minder mensen zouden zich interesseren voor elkaar en het persoonlijk belang voorop stellen. Er klinken ook positieve geluiden, zo zouden mensen beter weten wat ze willen en zich fanatieker inzetten om datgene te bereiken. De sociologen Duyvendak en Hurenkamp (2004) hebben zich afgevraagd of Nederlanders inderdaad individualistischer worden. Zij concluderen dat we kiezen voor de kudde. Nederlanders kiezen weliswaar meer zelf dan vroeger, maar dan toch veelal wel het zelfde. Ook blijven mensen opereren in groepen die nog altijd bepalend zijn voor ons keuzegedrag. We sluiten ons graag aan bij sociale verbanden welke wel minder langdurig en vast zijn dan voorheen. Zogenaamde 'strong ties' (hechte banden) maken plaats voor 'weak ties' (losse banden).³⁶

5.6 Invloed van massamedia

Werd aan het eind van de negentiende eeuw niet getwijfeld aan de grote invloed van massamedia, zo weten we vandaag de dag dat media niet almachtig zijn als het gaat om het overbrengen van boodschappen. Er bestaat een grote verscheidenheid aan theorieën over media impact en deze worden in onderstaande deelparagrafen toegelicht.

5.6.1 De onpersoonlijke-impachthypothese

Massamediaboodschappen zijn veelal onpersoonlijk van aard omdat ze voor een breed publiek bestemd zijn en de bron van de boodschap niet fysiek aanwezig is. De onpersoonlijke-impachthypothese vooronderstelt dat door dit onpersoonlijke karakter van massamedia het effect van de verzonden boodschap beperkt blijft. In publicaties over deze theorie is ingezoomd op berichtgeving of campagnes specifiek gericht op risico's en gevaren zoals inbraak, brand of alcoholmisbruik.³⁷ En daar komt het onderwerp van deze scriptie om de hoek kijken.

De theorie gaat ervan uit dat bij de beoordeling van risico's mensen twee soorten oordelen gebruiken, die onafhankelijk van elkaar zijn (Tyler en Cook, 1984; Velthuisen, 1996). Wanneer de oordelen de samenleving of andere personen in relatie tot een risico betreffen, is er sprake van 'oordelen op maatschappelijk niveau'. Hebben de oordelen daarentegen betrekking op de relatie tussen de persoon zelf en een zeker risico, dan is er sprake van 'oordelen op persoonlijk niveau'. De hypothese stelt dat mediaberichten wel invloed hebben op maatschappelijke, maar niet op persoonlijke risico-oordelen. Bijvoorbeeld: iemand die stelt dat 'men' moet nadenken over wat te doen bij brand, geeft een oordeel op maatschappelijk niveau. Tegelijkertijd is deze persoon overtuigd dat zijn eigen nieuwbouwhuis zeer veel vluchtmogelijkheden kent en bovendien de kans op brand wel erg klein is, deze persoon oordeelt nu op persoonlijk niveau. Uit onderzoek blijkt dat mediaberichtgeving over risico's alleen impact heeft op persoonlijk niveau onder zeer specifieke omstandigheden: wanneer de tekst levendig geschreven is of als er sprake is van zelfrelevantie van het onderwerp, is wel invloed op persoonlijke risico-oordelen aangetoond (Velthuisen, 1996; Stapel en Velthuisen, 1996). Daarnaast is dit ook het geval als de lezer het bericht speciaal voor een doel tot zich neemt (Van Diemen et al., 1997).

³⁶ Duyvendak en Hurenkamp (2004) – Kiezen voor de kudde, blz. 213 en 219.

Aarts en Van Woerkum (2010) – Strategisch management van communicatie, blz. 84 en 85

³⁷ De Boer en Brennecke (2004) – Media en publiek, blz. 51

Een theoretische verklaring van de hypothese hangt samen met egocentrisme. Mensen hebben de neiging sterk vanuit hun eigen situatie te denken en zich vooral te concentreren op mogelijke positieve uitkomsten voor zichzelf ('dat overkomt mij niet'). Algemene informatie omtrent risico's die via massamedia wordt verspreid zal vooral relevant voor anderen worden geacht. Een tweede theoretische verklaring is dat bij oordelen op persoonlijk niveau, directe ervaringen een grotere rol spelen dan massamediale berichten (Weaver et al., 1992). Dit blijkt ook uit het gegeven dat wanneer ergens brand is ontstaan, omwonenden en andere betrokkenen veel sneller geneigd zijn na te denken over hun eigen brandveiligheid en daar maatregelen voor te nemen.

5.6.2 Agendasetting

De agendasettingtheorie impliceert dat door middel van massamedia niet direct beïnvloeding van meningen, attitudes en gedragingen van mensen plaats vindt, maar dat wel beïnvloeding van de onderwerpen die men belangrijk acht kan optreden. De media-agenda zou van invloed zijn op de publieksagenda: hoe intensiever de media-aandacht over een bepaald onderwerp, des te meer dergelijke onderwerpen aandacht zullen krijgen in de samenleving.³⁸

Vanuit de theorie van agendasetting kan vanuit verschillende perspectieven naar interpersoonlijke communicatie gekeken worden. Interpersoonlijke communicatie kan een alternatieve informatiebron zijn voor de berichtgeving uit de massamedia. Als over een specifiek onderwerp veel gesproken wordt maar de media-aandacht ontbreekt, staat het issue toch op de publieksagenda. Daarnaast kan interpersoonlijke communicatie het proces van agendasetting versterken als discussies aansluiten op de media-inhoud. Tot slot kan interpersoonlijke communicatie ook gezien worden als een gevolg van agendasetting, men gaat over de media berichten nadenken en discussiëren met anderen.

Priming en framing

Binnen de agendasettingtheorie is aandacht besteed aan de verschijnselen 'priming' en 'framing'. Het primingproces doelt op het feit dat mensen niet alleen over een bepaald onderwerp nadenken, maar wordt ook de wijze waarop ze erover denken beïnvloed. De essentie van dit verschijnsel is dat door de berichtgeving over een onderwerp, aanwezige kennis-eenheden in het geheugen worden geactiveerd. Een voorbeeld hiervan is dat wanneer iemand het woord 'brandweer' hoort, het deel van het geheugen waarin ook 'politie' en 'ambulance' wordt geactiveerd. Wanneer deze persoon een oordeel over de brandweer geeft zal hij deze hulpdienst mogelijk vergelijken met de politie en de ambulancedienst. De prime beïnvloedt de toegankelijkheid van informatie in het geheugen. Mediapriming is een psychologisch proces waarbij de aandacht in de media voor (aspecten van) een issue een bepaald deel van het geheugen van mensen activeert, en zodoende invloed uitoefent op de informatieverwerking en meningsvorming.³⁹ Het positieve imago dat de brandweer heeft speelt in de berichtgeving over en door de brandweer een rol bij de interpretatie van communicatieboodschappen.

Een mediaframe is de wijze waarop een onderwerp wordt gepresenteerd en geïnterpreteerd in de berichtgeving. De journalist maakt keuzes bij de productie van de media-inhoud. Die keuze bepaalt het frame, het kader van het onderwerp en de aspecten die benadrukt worden. Factoren zoals tijd en ruimte, waarden en normen van de journalist en externe actoren zoals

³⁸ De boer en Brennecke (2004) – Media en publiek, blz. 193

³⁹ Idem, blz. 209

belangenorganisaties en de politiek zijn van invloed op nieuwsberichten en de frames die gebruikt worden.⁴⁰

5.6.3 Culturele studies

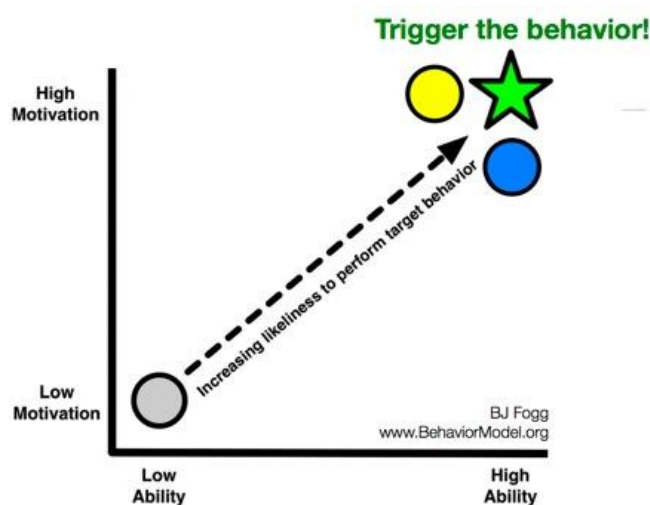
Een belangrijk uitgangspunt van deze benadering is dat aan een mediaboodschap door de ontvangers een bepaalde betekenis wordt gegeven die niet overeen hoeft te komen met de door de zender beoogde betekenis. Enerzijds kan het betekenisgevingproces gestuurd worden door de inhoud van de boodschap van de zender, anderzijds hebben de interpretatiekaders van de ontvanger een grote rol in de verwerking van de boodschap. Het publiek bestaat uit verschillende subculturen met eigen culturele codes, die daardoor tot verschillende interpretaties van eenzelfde boodschap zullen komen.⁴¹

Sociale constructie van de werkelijkheid

Om communicatie mogelijk te maken, is enige collectieve overeenstemming van een concept wenselijk. Naast de individuele, subjectieve interpretatie is een sociaal proces noodzakelijk om deze overeenstemming in betekenissen van boodschappen te bereiken. Dit geldt nog sterker voor begrippen of concepten die mensen nog nooit zintuiglijk hebben kunnen waarnemen. De Boer en Brennecke (2004) geven als voorbeeld geesten of vliegende schotels. Bij het horen van deze begrippen heeft iedereen wel een beeld (subjectieve interpretatie) en dat beeld zal in zekere zin overeenkomen met het beeld dat anderen daarvan hebben. Dit wordt de 'sociale constructie van de werkelijkheid' genoemd. Deze kan sterk afwijken van de objectieve werkelijkheid. Mensen zijn echter geneigd om subjectieve interpretaties van de werkelijkheid voor waar aan te nemen als daar collectief overeenstemming over bestaat.

5.7 Behavior Model

Bewustwording van brandveiligheid stimuleren is een doel van Brandweer Midden- en West-Brabant, maar uiteindelijk draait het er om dat mensen hier ook naar handelen. Gedrag van mensen en eventuele verandering hiervan is een moeilijk te bereiken doel en niet zelden wordt getwijfeld of dit met behulp van communicatie alleen te behalen is. In deze paragraaf wordt ingegaan op het gedragsmodel van de wetenschapper Fogg, waarin drie componenten aangehaald worden die noodzakelijk zijn voor het beïnvloeden van menselijk gedrag. Figuur 5.2 visualiseert het Behavior Model van Fogg.



Figuur 5.2. Behavior Model

⁴⁰ De boer en Brennecke (2004) – Media en publiek, blz. 212

⁴¹ Idem, blz. 221

Volgens Fogg is een gedraging het product van drie factoren:

1. Motivatie
2. Vermogen
3. Trigger

Hij stelt dat, wil een persoon bepaald gedrag vertonen, hij of zij (1) een bepaalde motivatie moet hebben, (2) in staat moet zijn om het gedrag te vertonen en (3) getriggerd moet worden.⁴² Figuur 4.2 demonstreert dat, hoe hoger het vermogen en de motivatie is om zeker gedrag te vertonen, des te meer kans bestaat dat het gedrag daadwerkelijk plaats vindt. De groene ster symbolisch en impliceert het te vertonen gedrag. De eerste twee factoren, motivatie en vermogen behoeven geen verdere uitleg. De derde factor, trigger, roept wellicht vraagtekens op. Met de term trigger wordt bedoeld op een prikkel, welke vele vormen kan aannemen. Volgens Fogg zou dit een alarm kunnen zijn, een advertentie of een tekstbericht maar ook een knorrende maag of een bepaalde geur. Belangrijk is volgens de wetenschapper dat de trigger op het juiste moment bij de ontvanger aankomt. Echter, is de trigger aanwezig en de motivatie of het vermogen afwezig, dan blijft gedrag alsnog uit. Met behulp van een simplistisch voorbeeld wordt getracht dit te verduidelijken: een pas bevallen vrouw is bezorgd om de veiligheid (in algemene zin) van haar baby en wil er alles aan doen om deze te waarborgen (motivatie). Zij heeft voldoende saldo om een aantal rookmelders aan te schaffen (vermogen). Echter, zij dient attent gemaakt te worden op het onderwerp brandveiligheid, dit kan met behulp van een trigger. Bijvoorbeeld door in het geboortepakket een folder over brandveiligheid toe te voegen. De jonge moeder had wellicht nog niet gedacht aan de brandveiligheid van haar baby maar wordt daar zo op gewezen.

⁴² BJ Fogg (datum onbekend) – A Behavior Model for Persuasive Design

6. PUBLIEKSGROEPEN

In dit hoofdstuk, gebaseerd op het onderzoek voor deelvraag vier, wordt een omschrijving van de inwoners van de gemeente Rucphen gegeven. Waar relevant, zijn verschillen tussen de onderlinge kernen beschreven. De eerste paragraaf heeft betrekking op demografische kenmerken. Daarna krijgen achtereenvolgens het politieke klimaat, de sociale netwerken, communicatie en de houding van burgers ten opzichte van de gemeente aandacht. Aansluitend geven de laatste twee paragrafen weer wat de houding van burgers is ten opzichte van de brandweer en brandveiligheid.

6.1 Demografische kenmerken

Om een globale indruk van zowel de gemeente Rucphen als haar kernen te krijgen, worden in deze paragraaf algemene kenmerken van beiden weergegeven.⁴³

De gemeente Rucphen telt 22.480 inwoners. St. Willebrord is met 9.320 inwoners de grootste kern. Daarna volgen Sprundel, Rucphen, Zegge en Schijf met respectievelijk 5.025, 4.665, 2.010 en 1.460 inwoners. Met gemiddeld 34% kent de gemeente Rucphen de grootste bevolkingsgroep in de leeftijd van 45 tot 65 jaar. Daarna vertegenwoordigt 24% de leeftijdsklasse 25 tot 45 jaar. De minst vertegenwoordigde leeftijden liggen met 11% tussen de 15 tot 25 jaar.

Huishoudens met kinderen beslaan gemiddeld 40% van de totale huishoudens. Eenpersoons huishoudens komen voor met een percentage van 23 en huishoudens zonder kinderen vormen 37% van de totale huishoudens..

De procentuele verdeling tussen huur- en koopwoningen laat tussen de kernen wat meer verschillen zien. Voor de hele gemeente ligt de verhouding op 66% koopwoningen en 34% huurwoningen. St. Willebrord is de kern met in verhouding de meeste huurwoningen (42%). Daartegenover is Schijf met 82% de meeste koopwoningen rijk, 'slechts' 18% bestaat uit huurwoningen in deze kern. Sprundel, Rucphen en Zegge hebben een percentage koopwoningen van respectievelijk 70, 72 en 68.

De verhouding autochtonen en allochtonen ligt voor de gemeente op respectievelijk 92,7% en 7,3%. In vergelijking met het landelijke gemiddelde en het gemiddelde in Noord-Brabant is hier een groot verschil te zien: Nederland heeft 20,3% allochtone bevolking, de Noord-Brabantse bevolking bestaat gemiddeld voor 16% uit allochtonen. Rucphen blijft daar ver onder.

6.2 Politiek klimaat

De politieke voorkeur in de gemeente Rucphen is (extreem) rechts georiënteerd. Tijdens de Tweede Kamerverkiezingen in 2010 kwam de PVV als grote winnaar uit de stembus.⁴⁴ Ook de VVD scoort over het algemeen goed, maar won minder stemmen dan de PVV. De PvdA en het CDA kwamen als verliezers uit de verkiezingen. In de afzonderlijke kernen zijn enkele verschillen gemeten. In St. Willebrord is het percentage PVV stemmers het hoogst, namelijk 54,93. Schijf is het enige dorp waarin het CDA als winnaar naar voren kwam, gevolgd door de VVD en daarna pas de PVV met 'slechts' 16,12% van de stemmen.⁴⁵

⁴³ CBS – gemeente op maat: Rucphen 2011.

⁴⁴ Omroep Brabant, artikel 2010

⁴⁵ Gemeente Rucphen, Integraal Stemsysteem G-10.00 (2010). Stempercentages per deelgemeente.

6.3 Sociale netwerken

Om zicht te krijgen op de mate van sociale samenhang binnen de dorpen, de manier waarop burgers met elkaar samenleven en hoe de mentaliteit van de dorpelingen is, is onderzoek gedaan naar sociale structuren en netwerken, het verenigingsleven en de mate van betrokkenheid van de burgers daarbij. Door de onderzoeksresultaten per kern te vergelijken concludeer ik dat de vijf dorpen in drie zelfbedachte 'categorieën' onder te verdelen zijn: 1. zeer actief en intens verenigingsleven; 2. matig actief en intens verenigingsleven en 3. zeer beperkte activiteit van het verenigingsleven. Onderstaand wordt per kern een toelichting gegeven en specifiek ingegaan op de (invloedrijke) netwerken en de wijze waarop communicatie (tussen leden) verloopt.

Rucphen

Rucphen is tal van verenigingen rijk. Een 'redelijk' deel van de Rucphenaren is betrokken bij meerdere sociale netwerken, maar er is ook een 'redelijk' percentage dat nergens bij aangesloten zit. De intensiteit van het verenigingsleven is niet hoog en de onderlinge samenhang tussen de sociale structuren is laag. Rucphen valt wat dat betreft onder de tweede categorie. Rucphenaren die wel bij het verenigingsleven aangesloten zitten, zijn daar niet intensief bij betrokken. Saamhorigheid komt in Rucphen niet voor wanneer je niet echt 'in het verenigingsleven' zit.

Rucphen kent een aantal verenigingen met een actief ledenbestand en een groot aantal leden. Het betreft de voetbalclub, met veel mannelijke leden die ook buiten de vereniging met elkaar omgaan, de harmonie, waar 'jongeren' (starters en jonge ouders) actief voor zijn, de handbalclub, die, gebaseerd op het huis aan huis onderzoek, jonge ouders in haar ledenbestand heeft, de scouting, welke vooral kinderen rijk is, de tennisvereniging, waar ook de ouderen lid van zijn en tot slot de KBO, die zich richt op senioren.

De intensiteit van de betrokkenheid van de leden bij bovenstaande netwerken lijkt redelijk groot. De leden zien en spreken elkaar ook frequent buiten het netwerk om en bestempelen het contact als 'vriendschappelijk', 'warm' en 'open en eerlijk'.

Schijf

In Schijf is het verenigingsleven zéér intensief. Het kleine dorp biedt niet alle sporten en hobby's aan, maar toch zijn de Schijfvenaren bijna allemaal lid van een netwerk in hun dorp. Uiteraard heb je in Schijf ook burgers die niet betrokken zijn. Op basis van het huis aan huis onderzoek kan gesteld worden dat dit vooral de starters zijn, die van buiten Schijf komen. Zij zijn lid gebleven van verenigingen in hun toenmalige woonplaats.

Een select groepje netwerken werd tijdens het onderzoek aangehaald en beoordeeld als 'zeer actief en invloedrijk' binnen Schijf. De voetbalclub en het bloemencorso zijn twee verenigingen die veel actieve leden kennen, vooral onder de jongeren, starters en (jonge) ouders. Het bloemencorso heeft ook oudere leden, echter in mindere mate. De KBO werd tijdens het onderzoek door de oudere respondenten vaak genoemd. Het gemeenschapshuis d'n Hoge Dries vervult binnen Schijf een belangrijke rol voor allerlei verenigingen. Ook de Schutterij is in Schijf een actieve vereniging, de leeftijdscategorie van de leden lijkt voor deze vereniging 40+ te zijn. De harmonie heeft een groot aantal jeugdleden.

De intensiteit van het verenigingsleven is hoog, het contact persoonlijk en gaat ook buiten de structuren om. De grotere verenigingen hebben een eigen website waar door een aantal leden gebruik van wordt gemaakt.

Sprundel

Sprundel lijkt tussen Rucphen en Schijf te vallen, maar neigt wat meer naar Rucphen vanwege de mate van betrokkenheid van inwoners bij verenigingen en netwerken. In Sprundel is niet het overgrote deel, zoals in Schijf, ergens lid van en bestaat net zoals in Rucphen een percentage bewoners dat zich afzondert van het verenigingsleven. Het verschil met Rucphen is, dat de samenhang tussen de verenigingen en clubs groter lijkt. In Sprundel is de verenigingsraad een orgaan waarin de Sprundelse verenigingen vertegenwoordigd zijn om samen te werken. Dat is in Rucphen minder aan de orde, de verenigingen staan daar meer op zichzelf.

In Sprundel is de invloed van het Sociaal Cultureel Werk (SKW) groot. Zij fungeert als overkoepelend orgaan van verschillende netwerken. Als er iets georganiseerd moet worden of als een issue zich voordoet, wordt het SKW daar altijd bij betrokken. Sprundel kent daarnaast ook buurtpreventie. Dit initiatief is vanuit de bewoners ontstaan en geïmplementeerd, zonder gemeentelijke beïnvloeding. Buurtpreventie is gebaseerd op actieve burgers die in de verschillende wijken een oogje in het zeil houden op straat, vooral in het kader van inbraakveiligheid.

St. Willebrord

In dit kerkdorp staat het verenigingsleven op een laag pitje. Binnen de netwerken ziet men steeds dezelfde mensen terug. De meeste Willebrorders zijn er niet voor in om zich aan te sluiten bij een netwerk om een hobby te beoefenen. De inwoners van St. Willebrord staan bekend als harde werkers die veel tijd besteden aan de kinderen en familie. Hoewel het vooroordeel bestaat dat Willebrorders op sociaal vlak zeer hecht zijn (een soort community), is dat niet juist volgens de respondent van het diepte interview. Burgers zijn materialistisch ingesteld en trekken naar elkaar toe wanneer ze er zelf beter van worden.

St. Willebrord heeft op sportgebied wel degelijk iets te bieden. Willebrord Wil Vooruit is een wielervereniging die hard aan de weg timmert en goede prestaties levert. St. Willebrord is een dorp dat zich onderscheidt door de wielersport. Dit heeft zich vanuit de historie ontwikkeld doordat het dorp een aantal bekende wielrenners heeft afgeleverd.

Zegge

Zegge is te vergelijken met Schijf, heeft een in verhouding hoge verenigingsgraad en betrokken burgers daarbij. Dit kerkdorp kent als enige van de vijf een eigen, actieve dorpsraad, die drukbezochte bewonersavonden organiseert. Ook de kerk heeft in Zegge nog een duidelijke plaats in de maatschappij, vooral onder ouderen, evenals de KBO en de KVO. De voetbalclub, met veel jonge leden, is de grootste van het dorp en de tennisclub is populair bij ouderen. Net zoals in Schijf verloopt het onderlinge contact vooral persoonlijk en ook buiten de sociale structuren om.

6.4 Communicatie

De communicatie van de gemeente naar en met burgers en communicatie van burgers naar en met de gemeente verloopt zowel formeel als informeel. Uit de diepte interviews blijkt dat wethouders en ambtenaren veelal een groot netwerk hebben binnen de kernen en dat burgers hen persoonlijk benaderen voor allerlei zaken.

Echter wordt er ook gebruik gemaakt van een aantal middelen, waarvan het gebruik soms per kern en per leeftijdscategorie van de inwoners verschilt. Voor de hele gemeente geldt dat de Rucphense Bode, de Kabelkrant en de gemeentelijke website worden gebruikt wanneer de gemeente naar burgers wil communiceren, en andersom wanneer burgers gemeentelijke of dorpsinformatie willen vergaren. Gesteld kan worden dat de Rucphense Bode door de gehele

bevolking wordt gelezen, maar wat minder uitgebreid door de jongere generatie (starters en jonge ouders). De Kabelkrant wordt hoofdzakelijk door senioren gebruikt en niet of nauwelijks door de jongere Rucphenaren. De gemeentelijke website wordt door hen, vooral wanneer zij specifiek op zoek zijn naar informatie, geraadpleegd. De gemeente gebruikt ook Twitter om burgers te informeren, dit wordt echter door één respondent (uit Schijf) gebruikt en gezien het aantal volgers⁴⁶ van het gemeentelijke account, waarvan een groot deel instanties en organisaties zijn, heeft dit medium in verhouding geen groot bereik.

In Schijf bleek de dorpswebsite www.schijf.eu erg populair, hoofdzakelijk onder mensen tot ongeveer 55 jaar. Op deze website staan korte nieuwsberichten over het dorp en de gemeente, ingestuurde foto's van dorpsfeesten en een activiteitenkalender.

Zegge kent de Boodschapper, een (kerk)blad dat voor lokale doeleinden wordt gebruikt. In zowel Zegge als Rucphen werd door enkelen de lokale omroep Rucphen FM aangehaald als lokaal medium waarvan de dorpingen gebruik maken.

6.5 Houding ten opzichte van de gemeente

De houding van burgers ten opzichte van de gemeente Rucphen heeft verschillen per kerkdorp laten zien:

Rucphen

In dit dorp, zo bleek uit de diepte interviews, is de tevredenheid over de gemeente niet hoog. Er wordt nogal eens geklaagd over dat zaken niet (goed) geregeld zijn, contactpersonen bij de gemeente in hoog tempo wisselen en dat niet genoeg aandacht wordt geschonken aan bepaalde 'problematiek'. De resultaten van het huis aan huis onderzoek bevestigen dit geschetste beeld echter niet, het gros zei wel tevreden te zijn over hun gemeente. De indruk ontstond dat deze mensen nooit met de organisatie in aanraking komen waardoor zij hun mening hoofdzakelijk baseerden op gevoel.

Schijf

De inwoners van Schijf zijn over het algemeen positief over hun gemeente. Schijfaren zijn niet het type burger dat snel klaagt, zij worden 'genuanceerd' en 'nuchter' genoemd.

Sprundel

Sprundelaren leken een aantal jaren geleden niet zo te spreken over hun gemeente, maar dit is aan het veranderen. De houding van inwoners wordt steeds positiever. Dit komt doordat vroeger de gemeentelijke organisatie 'vriendjespolitiek' bedreef waarvan nu echter geen sprake meer is.

St. Willebrord

In St. Willebrord zijn inwoners het minst te spreken over hun gemeente. Inwoners klagen snel als de gemeente fouten maakt en laten positieve geluiden zelden horen wanneer goed werk wordt verricht.

Zegge

Doordat dit dorp aan de andere kant van de snelweg ligt, hebben inwoners altijd het gevoel gehad een 'buitenbeentje' te zijn. Zeggenaren voelden zich tot voor kort inwoners van een dorp dat weinig aandacht kreeg. Dit is met de komst van de dorpsraad en de iDOP (Integrale

⁴⁶ 655 volgers op 1 mei 2012

Dorpontwikkelingsplannen) langzaam veranderd. Zeggenaren zijn vandaag de dag, over het algemeen, positief over hun gemeente.

6.6 Houding ten opzichte van de brandweer

De brandweer heeft een positief imago en staat bekend als zeer parate hulpdienst. Door sommige respondenten werd de vergelijking gemaakt met de politie, waarover in Rucphen en in Zegge wordt geklaagd. Echter leeft het onderwerp 'brandweer' niet in de kernen, er wordt, behalve naar aanleiding van een incident, weinig over gesproken.

Het gros van de inwoners gaat ervan uit dat de brandweer snel ter plaatse is, binnen vijf tot tien minuten wordt het meest genoemd in de kern Rucphen. In Schijf gaf ongeveer de helft aan hierover geen oordeel te kunnen geven omdat ze er nog nooit mee te maken had gehad. Het andere deel ging er gevoelsmatig van uit dat de brandweer goed en snel te werk gaat.

Inwoners van de gemeente Rucphen weten over het algemeen niet hoe de brandweer is georganiseerd, wel weten zij dat de drie kazernes gefuseerd zijn. Het merendeel weet dat de kazerne in Rucphen staat, een kleine groep respondenten bekende niet te weten van waar de brandweer komt, of noemde andere kernen dan Rucphen.

6.7 Houding ten opzichte van brandveiligheid

De eerste conclusie is dat het grootste deel van de inwoners van de gehele gemeente Rucphen niet stilstaat bij brandrisicofactoren en de gevolgen van brand. Tijdens het onderzoek betuigde niemand (de brandweermedewerkers daargelaten) van kennis over de snelheid waarmee brand zich uitbreidt en de adequaatheid waarmee dan gehandeld dient te worden. Een klein deel van de respondenten leek een eerste bewustwording van de gevaren en de gevolgen van brand te vertonen, maar -behalve een enkele uitzondering- handelt niemand daar ook écht naar.

Bijna alle respondenten beweerden wel eens na te denken over dat brand kan ontstaan in huis. Enkele ouders voegde daar aan toe: "ja, nu ik kinderen heb wel. Vroeger niet". Deze antwoorden kwamen echter niet allemaal overtuigend over. Mensen gaven aan dat 'logisch' te vinden en de indruk ontstond niet dat de persoon daar zélf ook expliciet wel eens bij stilstaat (oordelen op maatschappelijk niveau).

Baserend op het huis aan huis onderzoek hadden 25 van de 30 respondenten een werkende rookmelder in huis hangen. De respondenten uit jongste generatie (tot 32 jaar) waren allen voorzien, in de leeftijdscategorie 32 tot 55 jaar was, op één respondent na, iedereen voorzien van een rookmelder, het waren de ouderen die slechter scoorden. Vier respondenten hadden geen (werkend) rookalarm in huis bevestigd. Een factor die met de rookmelderdichtheid onder de jongere generatie te maken heeft is het feit dat nieuwbouwhuizen⁴⁷ standaard voorzien zijn van rookmelders in iedere ruimte. Senioren waren hoofdzakelijk woonachtig in oudere huizen. Andere preventie- en bestrijdingsmaatregelen scoorden beduidend minder.

Het onderwerp 'vluchten in geval van brand', krijgt door de inwoners over het algemeen geen expliciete aandacht. Met expliciet wordt bedoeld dat scenario's worden overdacht, het onderwerp met medebewoners wordt besproken en eventueel de vluchtroutes worden geoefend. Ongeveer een kwart van de respondenten, hoofdzakelijk ouderen, bekende hier nooit over na te denken. De mensen die aangaven wel eens over vluchtroutes na te denken, bleken, op enkele respondenten na, bij verdere ondervraging de reguliere uitgangen van het

⁴⁷ Gebouwd ná 2003

huis te nemen als brand uitbreekt. Het onderwerp wordt thuis niet besproken omdat zij ervan uitgaan wordt dat medebewoners vluchtroutes zelf overdenken.

In de twee kleinste kernen waren respondenten stellig van mening dat zij zelf verantwoordelijk zijn voor hun eigen brandveiligheid en dat hun dorpingen daar hetzelfde over denken. De Rucphenaren, Sprundelaren en Willebrorders wijzen eerder naar instanties als brandweer, gemeente en woningstichtingen. Uit het interview met de respondent uit St. Willebrord blijkt dit het sterkst.

Factoren zoals cultuur, waarden en normen lijken hierin een rol te spelen. In Schijf en Zegge zijn mensen gewend hun zaken zelf goed te regelen, aangezien in desbetreffende dorpen relatief weinig voorzieningen zijn. Er bestaat in deze dorpen meer sociale cohesie, mensen zijn behulpzamer naar elkaar en proberen problemen gezamenlijk aan te pakken. Schijvenaren en Zeggenaren zijn in vergelijking met inwoners van de grotere kernen nuchterder en genuanceerder en minder snel geneigd om te klagen. In het kader van brandveiligheid zullen zij eerder geneigd zijn de verantwoordelijkheid bij zichzelf neer te leggen, dan naar instanties te wijzen. Voor de burgers van Rucphen, St. Willebrord en Sprundel ligt dat anders. Uit onderzoek bleek dat hier de sociale cohesie minder sterk aanwezig is en dat mensen individualistischer zijn ingesteld. Wanneer (gemeente)zaken niet goed lopen zijn zij eerder geneigd daarvoor een zondebok aan te wijzen. Deze houding en mentaliteit van de burgers zou geprojecteerd kunnen worden op de mate waarin zij zichzelf verantwoordelijk achten voor brandveiligheid en voorzichtig concludeer ik dat dit verband met elkaar zou kunnen hebben.

7. BEST PRACTICES

De voormalige brandweerregio Amersfoort en Brandweer Assen hebben zich verdiept in het onderwerp hoe burgers meer betrokken kunnen worden bij brandveiligheid in hun woning en daar vervolgens ook naar handelen. Deze twee 'best practices' zijn onder de loep genomen tijdens een interview met de projectleiders en de meest relevante bevindingen worden in dit hoofdstuk toegelicht en beantwoorden deelvraag vijf van het onderzoek.

7.1 Veilig Wonen Amersfoort

Brandweer Amersfoort heeft in 2007 het project 'Veilig Wonen Amersfoort' opgestart, naar aanleiding van een inventarisatie van wat voor soort branden, in welke gebieden de meeste slachtoffers eiste. Op basis daarvan is gekozen om het project te richten op aandachtswijken, ook wel krachtwijken genoemd. Het doel van Brandweer Amersfoort was primair het brandveiligheidsbewustzijn van deze inwoners te verhogen en gedragsverandering te laten plaats vinden.⁴⁸ Daarnaast hoopte de organisatie het aantal branden terug te dringen.

In Amersfoort hebben ze een succesverhaal uit Liverpool gebruikt en in een Nederlands jasje gestoken. In drie jaar tijd zijn de bewoners van drie wijken in hun eigen woonomgeving op persoonlijke wijze benaderd en gewezen op risicofactoren in huis. Indien zij geen rookmelder hadden, werd deze gratis bevestigd. Deze 'Home Safety Checks' waren geheel vrijblijvend en de inspecteurs vervulden een adviserende rol. Aan de hand van een checklist werden probleempunten in de woning besproken en uitgelegd hoe verbetering mogelijk was.

Samenwerking met andere partijen

De inspecteurs voor de huisbezoeken waren voor een groot deel afkomstig uit de brandweer- of veiligheidswereld, maar er zijn ook wijkbewoners intern opgeleid om met name de allochtone bewoners beter te bereiken. En met succes: mensen waren eerder bereid de deur open te stellen. Ook is contact gezocht met de imam van moskeeën, om zo de inwoners te informeren over het project.

De belangrijkste partijen waarmee de brandweer samenwerkte waren gemeente, woningcorporaties en stichting Welzijn Amersfoort. Deze laatste twee dienden als vangnet voor de inspecteurs, aangezien brandproblematiek regelmatig hand in hand gaat met sociale problematiek. Brandweer Amersfoort kwam bij ongeveer 70% van de woningen over de vloer, en dat bood kansen om samen te werken met andere instanties en om integraal problemen aan te pakken. Woningcorporaties hebben in een van de Amersfoortse wijken de rookmelders bekostigd, omdat zij een groot deel van de woningen bezat. De gemeente fungeerde destijds als opdrachtgever, ze leverde informatie over de samenstelling van de wijken en potentiële netwerken om mee samen te werken. Veel verder ging deze relatie niet. Getracht is om een link te leggen met inbraakpreventie. Dit bleek een lastige opgave omdat inbraakpreventie niet wordt gezien als taak van de brandweer. Daarnaast zijn zowel brand- als inbraakpreventie onderwerpen die veel informatie behoeven, wat te veel werd voor bewoners. Het hoofddoel, brandveiligheidsaspecten overbrengen, werd zo te kort gedaan.

Communicatie

Veilig Wonen Amersfoort is in de stad via verschillende communicatiemiddelen onder de aandacht gebracht. De rol van deze middelen was vooral ondersteunend aan de huisbezoeken. Allereerst zijn lokale en regionale media betrokken, in het begin kreeg de campagne veel

⁴⁸ Gul, B. interview, 4 april 2012

media-aandacht. De bewoners van de drie wijken zijn ongeveer twee weken voordat zij aan huis benaderd werden middels een brief geïnformeerd. Deze was omhuld door een envelop met het brandweerlogo en dat wekte de aandacht. Er zijn flyers huis aan huis verspreid, waarvan het effect minimaal bleek. Op straat was de actie zichtbaar door spandoeken, busreclame en de fysieke aanwezigheid van de inspecteurs. Inspecteurs verplaatsten zich, gekleed in uniform inclusief rode brandweerjas, per fiets door de wijken. Zo waren zij op een laagdrempelige manier aanspreekbaar en goed te herkennen. Online konden mensen zich informeren over het project via de website. Tot slot werd na afloop van de Home Safety Check een boekje aangereikt, voorzien van tips over brandveiligheid.⁴⁹

Effecten

Het handboek Veilig Wonen Amersfoort spreekt van een stijging van 44% van het bewustzijn van brandgevaar en 87% van de ondervraagden was positief over het huisbezoek.⁵⁰ In het interview met projectleider de heer Gul blijkt dat deze resultaten indicatief zijn en gebaseerd op de eigen indruk van de inspecteur. "De inspecteur kijkt rond in de woning, stelt vragen en krijgt een indruk van het bewustzijn van risico's en gevaren. Aan het einde van de inspectie wordt nagegaan of dit is veranderd door controlevragen te stellen. Op basis daarvan zijn deze cijfers vastgesteld." Baserende op wat inspecteurs terugkoppelden aan de projectleider, 'leefde' de aanpak van de brandweer binnen de wijken en was er sprake van positieve mond-tot-mond reclame.' De resultaten zullen naar verwachting in september 2012 'wetenschappelijk' gemeten worden door een onderzoeksbureau, in opdracht van het landelijke project 'Brandveilig Leven' van de NVBR.⁵¹

7.2 Smokey de Rookmelder in Assen

Overschrijding van de opkomstnorm

De motivatie van de brandweer om brandveilig leven in de gemeente Assen te promoten, was de opkomstnorm waaraan grotendeels niet werd voldaan. De brandweer koos ervoor gemotiveerd af te wijken door aan haar preventieve taak invulling te geven. Het niet behalen van de norm is door de brandweer transparant gecommuniceerd naar de burgers omdat zij vindt dat de burger recht heeft te weten hoe de vork in de steel steekt.

De campagne 'Smokey de Rookmelder' in Assen bestond uit drie onderdelen, namelijk: huizen bezoeken om brandveiligheidschecks uit te voeren (zoals ook in Amersfoort), structurele (massa)communicatieactiviteiten en voorlichting op scholen door het verzorgen van gastlessen. Deze laatste twee krijgen nog structurele invulling in Assen.

De campagne Smokey de Rookmelder is zeer visueel ingesteld en maakt gebruik van een logo met een waakhond, aan wie de naam van de campagne is toebedeeld. Er is gekozen om de huisstijl in elke uiting structureel door te voeren, zo ook in de advertenties in de media. De structurele communicatie wordt specifiek ingezet omtrent een thema, zoals bijvoorbeeld Moederdag, kerstmis, de zomer (waarin veel mensen barbecueën) en advertenties zijn dan voorzien van een korte, duidelijke boodschap met een of meerdere tips.

⁴⁹ Gul, B. (2010) – Handboek veilig wonen Amersfoort, blz. 40

⁵⁰ Idem, blz. 12

⁵¹ De projectgroep Brandveilig Leven van de NVBR filtert wat er door de verschillende brandweerregio's in Nederland wordt ondernomen op het gebied van brandveiligheid en probeert die informatie te delen. De projectgroep heeft vier doelgroepen (ouderen en verminderd zelfredzamen, kinderen, studenten en inwoners van krachtwijken) benoemd, waar de projectleden apart een pilot voor opstarten om te onderzoeken hoe brandveiligheidsbewustwording bij hen verhoogd kan worden. De projectleider van Veilig Wonen Amersfoort maakt onderdeel uit van de projectgroep van de NVBR en focust zich op de doelgroep krachtwijken omdat hij daar vanuit Amersfoort ervaring mee heeft.

Anders dan in Amersfoort, werd in Assen niet gekozen om op specifieke wijken te richten, maar kreeg iedere burger de kans om een brandveiligheidcontrole te laten uitvoeren. In totaal is de brandweer in ongeveer 60% van de woningen binnen geweest, aldus de projectleider de heer Dam. Mensen waren in deze gemeente zelf verantwoordelijk voor het maken van een afspraak, nadat zij één of meerdere malen een brief hadden ontvangen over de campagne. Ook in Assen heeft de brandweer externen aangetrokken om de controles uit te voeren, waaronder mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt. Zij werden door de brandweer opgeleid en klaargestoomd om bewoners te informeren over brandrisicofactoren en nuttige maatregelen.

Brandveiligheidslessen op scholen

Voor de voorlichtingslessen op scholen is iemand aangesteld en inmiddels in vaste dienst bij de brandweer. Zij verzorgt lessen van een uur voor kinderen in groep vier tot en met acht van de basisschool. Vier jaar lang worden kinderen opnieuw geconfronteerd met het onderwerp. Volgens de projectleider is het van belang om kinderen in een vroeg stadium te betrekken bij brandveiligheid zodat zij daar later de vruchten van plukken. Kinderen beïnvloeden ook de ouders en de lessen zijn er zo op aangepast dat kinderen met hun ouders het onderwerp bespreken en brandveiligheidsaspecten doornemen. Volgens de heer Dam heeft deze manier van communicatie zich bewezen, zo blijkt uit een onderzoek van de NVBR van de pilot voor kinderen met betrekking tot voorlichting op scholen.⁵²

Samenwerking met andere partijen

De brandweer heeft tijdens de campagne samengewerkt met een aantal andere partijen. Allereerst de gemeente Assen, welke verantwoordelijk was voor het budget van € 600.000,-. De gemeente werd ook betrokken wanneer de controleurs sociale problemen constateerden. In gemeentepublicaties werd aandacht besteed aan de campagne, zo ook op de website. Een intensieve samenwerking bestond met de Energiewacht, een commercieel bedrijf die geïnteresseerd was in informatie over hoe de brandweer online afspraken met bewoners plande voor de huisbezoeken. In ruil daarvoor hebben zij de huis aan huis brieven verstuurd naar de inwoners (wel uit naam van de brandweer). Woningstichtingen zijn betrokken, maar de indruk ontstond tijdens het interview dat het contact met hen weinig intensief was. Het benaderen van allochtone inwoners ervoer brandweer Assen als een lastige klus. Daarvoor zijn wel twee moskeeën benaderd maar het viel niet mee om bij deze mensen binnen te komen.⁵³

Effecten

Over de resultaten van de campagne is brandweer Assen zeer tevreden. Een student heeft met behulp van enquêtes onderzoek gedaan naar de bekendheid van Smokey de Rookmelder en naar het gedrag van mensen in het kader van brandveiligheid, de uitkomsten waren volgens de projectleider erg positief. Daarnaast is de laatste jaren een sterke daling van het aantal woningbranden gemeten, maar dat hoeft niet direct een gevolg te zijn van de campagne.

⁵² Tabula Rasa, in opdracht van de NVBR (2012). Rapport over het effect van voorlichting over brand bij basisschoolleerlingen en hun ouders.

⁵³ Dam G. interview, 7 mei 2012

8. CONCLUSIES

In dit hoofdstuk worden puntsgewijs de belangrijkste conclusies van zowel het voor- als hoofdonderzoek uiteengezet.

8.1 Organisatie & communicatie

- De regionale brandweerorganisatie is nog sterk gedecentraliseerd;
- Brandweer Midden- en West-Brabant heeft een adviserende en uitvoerende taak richting de gemeente(n), de gemeente is verantwoordelijk voor brandweezorg;
- Het ontbreekt aan een visie op communicatie vanuit brandweer perspectief;
- Communicatie op lokaal niveau, zoals in de gemeente Rucphen, zal door desbetreffend brandweercluster tot uitvoering gebracht moeten worden;
- Het cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert is in de gemeente Rucphen verantwoordelijk voor brandweezorg;
- (Communicatie)activiteiten vanuit het cluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert op het gebied van brandveiligheidbewustwording van burgers zijn zeer minimaal, niet structureel, noch strategisch van aard;
- Vanuit de gemeente krijgt communicatie omtrent brandpreventie weinig tot geen aandacht. De gemeente acht de brandweer hiervoor verantwoordelijk.

8.2 Publieksgroepen

- Mensen zijn sociale wezens die opvattingen veelal in onderling contact ontwikkelen. De mate van invloed hiervan op attitudes en gedrag is afhankelijk van de intensiteit van de relatie;
- Zegge en Schijf zijn hechte gemeenschappen waar de sociale cohesie hoog is. Sociale structuren spelen een belangrijke rol in het dagelijks leven;
- In Rucphen en Sprundel heerst saamhorigheid binnen groepjes mensen die in sociale netwerken als verenigingen en sportclubs participeren. De algehele samenhang in de kern is minder sterk dan in Zegge en Schijf;
- Inwoners van St. Willebrord hebben zeer sterke familiebanden en kinderen spelen een grote rol. Zij zijn in mindere mate verbonden met medebewoners van de kern;
- Lokale media die gebruikt worden zijn: de Rucphense Bode, de Kabelkrant, www.schijf.eu (specifiek voor Schijf) en in mindere mate Rucphen FM de gemeentelijke website;
- Mediaberichten hebben hoofdzakelijk geen (directe) invloed op persoonlijke risico-oordelen. Mensen denken wel eens na over brandveiligheid maar relateren dat zelden aan hun specifieke situatie;
- Drie factoren zijn noodzakelijk om bepaald gedrag te vertonen: motivatie, vermogen en een trigger;
- Gros van de inwoners heeft wel rookmelders in huis, maar het thema brandveiligheid zit niet *in top of mind*;
- De brandweer heeft een zeer positief imago;
- De gemeente wordt verantwoordelijk geacht voor brandweezorg, informatie zou van de brandweer moeten komen, zij worden als meest deskundige partij aangewezen;
- De houding van inwoners ten opzichte van de gemeente is over het algemeen goed.

8.3 Best practices

- In twee andere regio's zijn burgers persoonlijk benaderd in hun eigen woonomgeving, bewoners reageerden positief. Massamedia werden ondersteunend ingezet;
- Kinderen vormen een belangrijke doelgroep in de brandweerwereld.

9. ADVIES

De hoofdstukken drie tot en met zeven geven antwoord op de deelvragen, in hoofdstuk acht zijn beknopt de belangrijkste conclusies weggezet. Aan de hand daarvan volgt in dit hoofdstuk het adviesgedeelte voor Brandweer Midden- en West-Brabant. Dit is opgedeeld in twee paragrafen: het begint met algemeen strategisch advies, wat vervolgens wordt doorvertaald naar de specifieke situatie in de gemeente Rucphen en haar kernen.

9.1 Strategische aanbevelingen voor Brandweer Midden- en West-Brabant

De in deze paragraaf aangedragen aanbevelingen zijn strategisch van aard en niet specifiek gericht op de gemeente Rucphen. Brandweer Midden- en West-Brabant zou onderstaande adviezen ter harte kunnen nemen voor andere gemeenten waar zij brandweezorg verleent. Belangrijk is wel te weten dat de raadgeving gebaseerd is op het totale onderzoek, dus ook specifiek in de gemeente Rucphen.

9.1.1 Informeren, overreden, dialogiseren en formeren

Op de eerste plaats adviseer ik, op opbouwende wijze alle vier de communicatiestrategieën van Van Ruler te gebruiken. **Informering** is als eerste noodzakelijk om burgers puur te informeren over brandrisico's, (preventieve) maatregelen, hoe te handelen bij brand etc. Uit het onderzoek bleek dat mensen onvoldoende stilstaan bij hun eigen brandveiligheid. Ondanks dat een groot deel van de Rucphense bevolking wel een rookmelder in huis heeft, wordt niet of nauwelijks nagedacht over hoe te handelen in geval van brand. Een mogelijke verklaring daarvoor zou kunnen zijn dat men ervan uitgaat dat de brandweer snel ter plaatse is: de brandweer fungeert als 'redder in nood'. Het imago van de brandweer is zo positief, dat men ervan uitgaat dat na alarmering de brandweer verder het werk wel doet. Dat het cruciaal is medebewoners alvorens alarmering zo snel mogelijk naar buiten te krijgen in verband met een extreem snelle rook- en brandontwikkeling komt niet bij mensen op, door gebrek aan kennis hierover. Men lijkt niet stil te staan bij het feit dat (in de meeste gevallen) de brandweer uit vrijwilligers bestaat die uit verschillende hoeken van een gemeenschap moeten komen, zich vervolgens verzamelen op de kazerne en pas als genoeg manschappen aanwezig zijn, zij kunnen uitrukken naar het incident. Dat kost tijd, en afhankelijk van waar het incident zich voordoet, haalt de brandweer de opkomstnorm wel of niet. Ik zou Brandweer Midden- en West-Brabant willen aanbevelen om deze informatie op zeer transparante wijze te delen met dorpingen. **Communiqueer in desbetreffende gebieden dat de opkomstnorm niet gehaald wordt.** Naast het feit dat dit in principe openbare informatie is die de burger zelf ook kan vinden, kan dit gegeven fungeren als motiverende factor die noodzakelijk is om gedrag te genereren, waarvan Fogg spreekt in zijn Behavior Model.

En zo wordt een brug geslagen van puur informeren naar **overreden** van mensen om bewuster om te gaan met brandveiligheid. Burgers hebben kennis kunnen nemen van het issue, maar het is essentieel om hen ook te **overtuigen** van het belang van het onderwerp middels de **overredingstrategie**. Het onderwerp brandveiligheid zal eerst belangrijk genoeg gevonden moeten worden door burgers voor daadwerkelijk gedragsverandering optreedt. Met alleen eenrichtingscommunicatie is de kans hierop klein en Brandweer Midden- en West-Brabant doet er verstandig aan om met burgers in gesprek te gaan over het onderwerp. De strategie **dialogisering** biedt kansen om te achterhalen hoe burgers daar tegen aankijken, of bepaalde issues hieromtrent spelen en via welke wegen brandveiligheidsbewustwording gestimuleerd kan worden. Tot slot biedt de laatste, en tevens meest tijdrovende en intensieve strategie **forming** de mogelijkheid om brandveiligheid daadwerkelijk op de publieksagenda van de gemeenschap te krijgen en te zorgen dat men er ook naar handelt. Met behulp van zo persoonlijk mogelijke,

tweezijdige communicatie kunnen bijvoorbeeld persoonlijke risicofactoren bij mensen in huis benadrukt worden. Uit onderzoek bleek immers dat mensen van zichzelf vaak vinden dat zij voldoende maatregelen hebben getroffen of nagedacht hebben over hun brandveiligheid, waardoor zij verdere informatie niet nuttig achten. Door zo specifiek mogelijk in te zoomen op de persoonlijke situatie en daarbij ook oplossingen aan te dragen, is de kans op cognitieve dissonantie het kleinst en dus de kans dat mensen hun bestaande cognities ('dat overkomt mij toch niet', of, 'ik heb het al goed geregeld') bijstellen, het grootst.

9.1.2 Een combinatie van massamediale- en interpersoonlijke communicatie

Brandweer Midden- en West-Brabant dient zowel interpersoonlijke als massamediale communicatie in te zetten. Beiden kunnen elkaar versterken en aanvullen en hebben elkaar nodig om brandveiligheid op de publieksagenda te krijgen. Communicatie met behulp van massamedia zal geen directe beïnvloeding van meningen en gedragingen bewerkstelligen, maar kan wel zorgen voor aandacht rondom het thema. Hoewel het gebruik van massamedia vaak als onpersoonlijke communicatie wordt gezien, is het wel degelijk mogelijk om massacommunicatieboodschappen een persoonlijke *touch* te geven. Denk hierbij aan een filmpje met een in de hoofdrol een dorpsgenoot, een interview met een lokale 'opinieleider', verspreid via de lokale media, of een bewonersbrief, geschreven door iemand uit de buurt. Interpersoonlijke communicatie speelt verder in op de persoonlijke aspecten van de ontvanger dan massacommunicatie en vergroot de kans dat beïnvloeding van houding en gedrag daadwerkelijk plaats vindt.

9.1.3 Publieksgroepen

Het lokaal benaderen van burgers vergt onderzoek naar hoe deze samenleving eruit ziet en welke actoren en factoren een rol spelen. Dat dient inzichten op te leveren over de manieren waarop communicatie kan bijdragen aan lokale bewustwording van brandveiligheid en handelingsbereidheid daaromtrent. Probeer te achterhalen:

- Welke waarden en normen belangrijk zijn voor de inwoners van de specifieke gemeenschap;
- Of, en zo ja op welke manier burgers aan elkaar gerelateerd zijn en hoe intensief het gemeenschapsleven is;
- Of, en zo ja, welke actoren en factoren belangrijk zijn voor inwoners en hen met elkaar verbinden;
- Op welke manier(en) inwoners met elkaar communiceren;
- Welke lokale media worden gebruikt door bewoners;
- Hoe de kennis en houding van burgers is ten opzichte van de brandweer en de gemeente;
- Hoe de kennis en houding van burgers is ten opzichte van brandveiligheid en hoe zij hun eigen verantwoordelijkheid daarin zien;
- Of, en zo ja, in hoeverre burgers weten hoe brandweezorg is georganiseerd in hun gemeenschap;
- Wat de motiverende en belemmerende factoren voor burgers zijn om bewuster om te gaan met brandveiligheid en in hoeverre zij het vermogen hebben dit te doen.

Daarnaast speelt, zo bleek tijdens het onderzoek, nog een tweetal andere variabelen mogelijk een rol. Op de eerste plaats de leeftijdscategorie waar mensen zich in bevinden. Zo lijken senioren (mensen vanaf ongeveer vijfenvijftig jaar) zich minder met hun eigen brandveiligheid ' bezig te houden' dan mensen tussen de dertig en de vijfenvijftig. Deze laatste leeftijdsgroep is zich iets meer bewust van brandrisico's. Daar zou de tweede variabele mee te maken kunnen hebben: het hebben van thuiswonende kinderen. Meerdere malen werd tijdens het onderzoek

duidelijk dat indien mensen kinderen hebben, zij vaker nadenken over hun brandveiligheid dan wanneer dat niet het geval is. De jongste leeftijdscategorie tot ongeveer dertig jaar, waaronder starters en jonge gezinnen vallen, blijkt iets bewuster dan de senioren, maar minder bewust dan de middelste leeftijdscategorie.

Het lijkt verstandig dat Brandweer Midden- en West-Brabant nader inzoomt op leeftijdscategorieën om eventuele motivaties en het vermogen om brandveilig gedrag te vertonen te achterhalen. De later te ontwerpen communicatieboodschappen kunnen dan op deze variabele aangepast worden. Onderzoek daarbij natuurlijk ook hoe je de leeftijdsgroepen van de lokale gemeenschap het beste kan bereiken, waar zij zich bevinden en van welke netwerken en lokale media zij gebruik maken.

Kinderen

Kinderen kunnen dienen als beïnvloeders van hun ouders en lijken een motiverende factor voor brandveiligheidsbewustwording. Als zij op jonge leeftijd op frequente wijze met het thema worden geconfronteerd, zou dat positieve uitwerkingen kunnen hebben voor hun verdere leven. Het is daarom aan te raden om ook deze publieksgroep mee te nemen in het traject om burgers van lokale gemeenschappen bewust te maken van brandveiligheid. Overschat deze publieksgroep echter niet, zij zijn niet degenen die beslissen om brandveilig te leven, maar hebben mogelijk wel een positieve invloed op hun ouders. Als ouders veelvuldig en op verschillende wijzen met het thema worden geconfronteerd, zal de kans op succes groter zijn.

Een suggestie om kinderen bij het thema te betrekken is middels 'brandveiligheidslessen' op basisscholen. Verschillende brandweerregio's hebben lespakketten ontwikkeld maar er blijkt veel verschil te zitten tussen de aanpak en daarmee het effect van de lessen. Het is het meest zinvol om de scholen proactief te benaderen en lessen zelf te verzorgen, in plaats van hen een lespakket toe te sturen waarna het onzeker blijft of het zal worden gebruikt. Tip: informeer naar de aanpak in Assen, daar zijn de ervaringen van zowel de brandweer als de basisscholen positief.

Het is ook een mogelijkheid om een open dag op de kazerne te organiseren. Demonstreer dan niet alleen de aspecten van de warme kant van het brandweervak, maar benadruk juist de preventieve maatregelen die genomen kunnen worden. Houd in de communicatieactiviteiten rekening met de jonge doelgroep, door op speelse wijze de aandacht te vestigen op het thema. Enkele ideeën zijn:

- Brandverloop demonstreren. Het daadwerkelijk laten zien van hoe snel brand uitbreidt heeft immers meer effect dan enkel hierover vertellen;
- Kinderen (al dan niet met hun ouders) een tekening laten maken van hun huis waarin de vluchtmogelijkheden worden aangegeven;
- Een quiz organiseren of een (kruiswoord)puzzel maken met vragen over brandveiligheid;

Om de doelgroep te triggeren om over brandveiligheid na te denken, kan aan de laatste twee opties een beloning worden gekoppeld. Bijvoorbeeld een rondje in de brandweerauto met een gezelschap of een brandveilige barbecue, aangeboden door de brandweer.

Voor het uitnodigen van de jongere doelgroep kan gedacht worden aan het hele gezin, basisschoolklassen maar ook andere lokale netwerken. Bijvoorbeeld de scouting, kindervakantieweek, buurt- of wijkverenigingen, naschoolse opvang etc., afhankelijk van wat desbetreffende gemeenschap te bieden heeft.

9.1.4 Krachten bundelen

Wat opviel tijdens het onderzoek, is dat verschillende projecten en pilots bestaan om de veiligheid van burgers te waarborgen of te verbeteren. Ik doel daarmee op projecten die verdergaan dan brandveiligheid, zoals dorpshulpverlening of buurtpreventie. Deze kiezen voor een lokale benadering en geloven in de kracht van de sociale cohesie binnen (veelal kleine) gemeenschappen. Deze pilots bieden kansen voor de brandweer: ze kan daar bij aanhaken als professionele partner. Waar buurtpreventie nu nog vooral gericht is op inbraakveiligheid en sociale controle van maatschappelijke problemen op straat, zouden buurtpreventieteams door de brandweer klaargestoomd kunnen worden om mensen thuis te informeren over brandrisicofactoren en hoe het beste gehandeld kan worden in geval van brand. Zij zouden op aanvraag van burgers of op eigen initiatief, Home Safety Checks kunnen uitvoeren. Het voordeel van de samenwerking met buurtpreventieteams is dat deze mensen zich op eigen initiatief inzetten voor de burgers van hun gemeenschap en dat hun motivatie voldoende aanwezig is.

Een andere mogelijkheid is dat de brandweer zelf actieve dorpingen werft met een groot netwerk binnen hun gemeenschap. Zij kunnen voor de brandweer komen 'werken' als ambassadeur van brandveiligheid en dienen als intermediair tussen brandweer en de dorpsbewoners. Feit is dat de brandweer een sterk positief imago heeft, dat zou kunnen helpen bij de bereidheid van mensen om zich bij de brandweer aan te sluiten. Door lokale bewoners te betrekken bij het probleem, wordt de kans vergroot dat mensen openstaan voor informatie omdat deze afkomstig is van een bekende.

Deze opinieleiders zouden ingezet kunnen worden bij lokale evenementen en activiteiten, kunnen ondersteuning bieden op scholen tijdens brandveiligheidslessen of mensen in hun eigen woonomgeving wijzen op brandrisico aspecten. Zij dienen als aanspreekpunt voor bewoners wanneer er vragen zijn over brandveiligheid. Het is dan wel van belang dat deze brandveiligheidsambassadeurs bekend gemaakt worden in desbetreffende gemeenschap. Gebruik daarvoor in ieder geval lokale media waarin zij zich voorstellen, bijvoorbeeld middels een interview.

Het werven van deze intermediairs kan op verschillende manieren. In lokale media zou een oproep geplaatst kunnen worden waarin de brandweer uitlegt waarnaar zij op zoek is. Hiervoor geldt: wees creatief, onderscheidend en duidelijk over de verwachtingen van deze ambassadeurs. Het is ook mogelijk om contact te zoeken met lokale sociale netwerken. Tijdens bijeenkomsten van deze netwerken kan de brandweer vertellen waarnaar zij op zoek is en kan gebrainstormd worden over de mogelijkheden. In paragraaf 9.2 worden voorbeelden gegeven over hoe de brandweer met sociale netwerken in contact kan komen.

9.1.5 Social media

Sociale media zijn niet meer weg te denken in het dagelijks leven van mensen. Het gebruik van online sociale netwerken kan zich lenen voor een lokale aanpak als deze. Als gebruikers informatie verspreiden of reageren via de online kanalen, blijft dit niet onopgemerkt bij het online netwerk dat zij zelf weer hebben. Bijvoorbeeld: als een bewoner via een geüploade foto aan de (lokale) brandweer laat weten een rookmelder te hebben opgehangen, dan kunnen de online contacten van deze persoon dit zien. Zo worden zij herinnerd aan het onderwerp 'rookmelder', met eventuele gevolgen van dien. Sociale media kunnen ingezet worden om te informeren, maar zijn ook geschikt om de dialoog aan te gaan met bewoners over het onderwerp brandveiligheid. Online discussies zouden door de lokale brandweer bijvoorbeeld geïnitieerd kunnen worden. Het medium Twitter kan geschikt zijn voor de eerder genoemde lokale ambassadeurs, wellicht 'volgen' medebewoners liever een bekende dan een organisatie als de brandweer.

De bovengenoemde voorbeelden zijn niet gebaseerd op onderzoeksresultaten maar dienen ter inleiding op het fenomeen social media. Dit biedt kansen om lokaal contact tussen burgers en de brandweer te stimuleren, maar er zitten ook nadelen aan het gebruik daarvan. Zo gaat vaak veel tijd zitten in het verspreiden van content, het monitoren van en reageren op geplaatste berichten en negativiteit op internet kan in korte tijd een grote groep bewoners bereiken. Brandweer Midden- en West-Brabant wordt daarom aangeraden de kansen en bedreigingen voor het gebruik van social media in lokale gemeenschappen nader te onderzoeken.

9.1.6 Relatie tussen de brandweer en de gemeente

Met de invoering van de Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant is de relatie met de gemeenten in de regio veranderd. De motivatie voor het verhogen van brandveiligheidsbewustzijn van burgers kan per gemeente in de regio sterk verschillen en Brandweer Midden- en West-Brabant dient dit te detecteren. Wanneer de brandweer op de hoogte is van eventuele beweegredenen of belemmeringen van een gemeente, kan zij met passende argumenten het issue mogelijk toch op de politieke agenda krijgen. Het wordt vervolgens nog belangrijker voor de (lokale) brandweer om goed met de gemeente af te stemmen wie, waarvoor verantwoordelijk is, in het gehele communicatieproces rondom brandpreventie en –bestrijding.

9.2 Tactische aanbevelingen voor de gemeente Rucphen

De aanbevelingen in deze paragraaf zijn toegespitst op de gemeente Rucphen. Gezien de gegevens in dit rapport en de analyses die zijn gemaakt, lijkt het verstandig om, in aansluiting op het algemene strategische advies hierboven, een project op te starten om brandveiligheid op de publieksagenda in Rucphen te krijgen. Het project heeft een cumulatieve structuur, gebaseerd op de vier eerder genoemde communicatiestrategieën. Het bestaat uit twee fases waarin onderscheid is gemaakt tussen massamediale en interpersoonlijke communicatie.

Fase 1: Massamediale communicatie

Begin bij het begin en dat is met informatie verstrekken over brandveiligheid en het te starten project. Het advies is daarvoor massacommunicatiemiddelen in te zetten, bijvoorbeeld:

- Bewonersbrieven;
- Informatiefolders of flyers. Deze kunnen huis aan huis verspreid worden maar ook bij instellingen worden neergelegd;
- Posters die bevestigd worden in lokale winkels en horecagelegenheden;
- Spandoeken op straat;
- Lokale media, waaronder de Rucphense Bode, de gemeentelijke website en de kabelkrant.

De boodschappen die middels deze middelen worden overgebracht hebben een **informerend** en **overredend** karakter. Benadruk risicoaspecten, gevaren en gevolgen van brand maar draag vooral ook suggesties aan om brandveiligheid te verbeteren. Zorg dat de boodschappen overtuigend en levendig van aard zijn. Hoe lokaler het karakter van de uitingen, hoe groter de kans dat het beoogde doel behaald wordt. Het wordt Brandweer Midden- en West-Brabant aangeraden om vanaf het moment dat het project start, doorlopend te communiceren rondom specifieke (brandrisicovolle) thema's als Nieuwjaar, kerstmis, carnaval en in de zomervakantie. De brandweer kan zichzelf dan profileren als professionele adviseur wat betreft brandveiligheid en gebruik maken van het positieve imago als hulpverlener.

Fase 2: Interpersoonlijke communicatie

Na deze eerste kennismaking met het onderwerp is het tijd voor een interactieve benadering van burgers. Daarin liggen twee onderdelen verscholen: **dialogiseren** middels samenwerking met sociale structuren, netwerken en verenigingen in de gemeenschap en **formeren** tijdens een directe één op één benadering middels brandveiligheidschecks aan huis.

Nu rijst de vraag, wat kan de brandweer dan doen met deze dorpse netwerken? Benader allereerst de besturen want hun medewerking is noodzakelijk. Verstandig is om de eerste boodschap in te steken op het feit dat de brandweer de veiligheid van hun leden wil verhogen. Als het bestuur bereid is mee te werken kan in overleg met hen gekeken worden naar de mogelijkheden om via desbetreffend netwerk brandveiligheidsbewustzijn van burgers te stimuleren. Afhankelijk van het netwerk of vereniging kan dit zijn tijdens sportwedstrijden, evenementen, oefenavonden etc. Zorg dan dat Brandweer Midden- en West-Brabant zichtbaar is, dat een duidelijke boodschap afgegeven wordt waarom de brandweer daar is, hoe de situatie is en dat brandveiligheid een onderwerp is waar mensen nú over na moeten denken. **Wees zeer transparant over de opkomstnorm en het feit dat deze niet overal behaald wordt.**

Communiceer dit laatste alleen in desbetreffende gebieden om mensen niet onnodig ongerust te maken. Specificeer informatie die je geeft via de sociale netwerken, op de doelgroep van dat netwerk. Ook hier geldt, ga op zoek naar mogelijke motivaties voor deze doelgroepen, waardoor zij hun houding en gedrag zouden aanpassen.

Brandveiligheidschecks aan huis

Uit de ervaringen van de pilots in Amersfoort en Assen blijkt dat de brandveiligheidscheck aan huis een zinvolle manier is om mensen direct te informeren over brandrisicofactoren in huis en hen aan te spreken op hun huidige gedrag daaromtrent. Dit is echter een tijdrovende en kostbare communicatievorm, maar hier kan creatief mee omgegaan worden. Bijvoorbeeld door vrijwilligers uit het dorp aan te trekken of door de huidige capaciteit te reshuffelen. Het uitvoeren van brandveiligheidschecks is de meest intensieve vorm van interpersoonlijke communicatie maar de kans dat het beoogde doel wordt behaald is via deze manier het grootst. Het is een mogelijkheid om dit projectonderdeel uit te voeren in samenwerking met andere instanties of hulpdiensten. Er zou een link gelegd kunnen worden met inbraakveiligheid. Echter, in verband met het minder positieve imago van de politie onder inwoners adviseer ik haar er niet bij te betrekken. Dat zou immers afbreuk kunnen doen aan de bereidheid van mensen om mee te werken aan de check. Er zijn echter meerdere mogelijkheden om met andere partijen samen te werken. In St. Willebrord bijvoorbeeld, is het percentage huurhuizen relatief hoog, daar zou een combinatie met woningstichting Thuisvester gezocht kunnen worden. Denk ook aan het opsporen van sociale problematiek, daarvoor kan de brandveiligheidsinspecteur een oog- en oorfunctie vervullen en informatie doorspelen. Bewoners moeten hier wel toestemming voor geven anders kunnen de gevolgen voor de brandweer negatief zijn.

Randvoorwaarden

Om het project succesvol te implementeren is een aantal randvoorwaarden belangrijk:

1. Zorg voor heldere afspraken tussen de gemeente Rucphen en Brandweer Midden- en West-Brabant. Brandweezorg is een verantwoordelijkheid van de gemeente, maar de brandweer wordt als meest deskundige partij gezien door bewoners. Samen optrekken in het project zal onvermijdelijk zijn, maar bij wie taken en verantwoordelijkheden liggen dient afgestemd te worden.
2. Gezien de hoofdzakelijk regiobrede (strategische) taken van de unit communicatie, zal van daaruit weinig (operationele) ondersteuning verlangd kunnen worden. Betrek de unit communicatie wel bij de plannen en stem af tot op welk niveau support verleend wordt. Een communicatiespecialist voorafgaand, tijdens en na afloop van de campagne is

wel een vereiste, mijn advies is daarom om gebruik te maken van de communicatiemedewerker(s) van de gemeente Rucphen.

3. De gemeente Rucphen en Brandweer Midden- en West-Brabant dienen overeen te komen hoe de boodschap omtrent het formeel niet behalen van de opkomstnorm geformuleerd dient te worden.
4. De gemeente en de brandweer dienen tot een besluit te komen omtrent de financiën, welke partijen de campagne voor welk deel financieren.
5. Brandweer Midden- en West-Brabant dient capaciteit vrij te maken in het brandweercluster Etten-Leur, Rucphen en Zundert om actief mee te werken in de campagne.
6. Er dient een looptijd vastgesteld te worden voor het project. Dit zou gezien de verschillende grootte van de dorpen kunnen afwijken. Voor kleine kernen als Schijf en Zegge zou dit twee tot drie maanden kunnen zijn, voor grotere gemeenschappen met meerdere deelwijken beveel ik een looptijd van minimaal drie maanden aan.

Gedurende het onderzoek bleken de vijf kerkdorpen en haar inwoners onderling te verschillen. Daarom is in overleg met de opdrachtgever gekozen om de twee uiteenlopende dorpen Schijf en Rucphen nader te onderzoeken om zo specifiekere aanbevelingen te kunnen doen.

9.2.1 Rucphen

De kern Rucphen is een dorp waar geringe saamhorigheid heerst die zich hoofdzakelijk beperkt binnen groepjes mensen die in het verenigingsleven actief zijn. Om de bewoners te bereiken met informatie over brandveiligheid, lijkt het voor de brandweer verstandig wel gebruik te maken van de meest invloedrijke en grootste verenigingen en netwerken. Op basis van het onderzoek schat ik in dat dat de volgende zijn:

- Voetbalvereniging RSV, waar vooral jongeren en jong volwassenen van het mannelijke geslacht lid van zijn;
- Tennisvereniging de Bocht. Deze club kent de meeste leden van middelbare leeftijd en senioren;
- R.K.K.E. Harmonie NEO, bestaande uit jong volwassen muzikanten waaronder jonge ouders;
- Handbalvereniging Orion, kent ook jonge ouders als leden;
- De KBO, welke specifiek gericht is op senioren.

In Rucphen zal op deze manier niet de meerderheid van de bevolking bereikt worden. Vanwege het hogere aantal inwoners in deze kern, zijn buurt- en wijkverenigingen ontstaan waar wellicht de onderlinge samenhang sterker aanwezig is dan in het algehele dorp. De brandweer doet er dan ook verstandig aan om met buurtverenigingen in contact te treden en wijkgericht te werk te gaan in Rucphen. Suggesties zijn het organiseren van bewonersavonden, wijkgericht op pad gaan om brandveiligheidschecks uit te voeren of aanhaken bij buurtfeesten. Het inzetten van massacommunicatiemiddelen is voor Rucphen in hogere mate belangrijk dan voor het kleine dorp Schijf.

Tot slot is in Rucphen mogelijk een interessante ontwikkeling gaande: media berichten over de start van buurtpreventie in dit dorp.⁵⁴ Brandweer Midden- en West-Brabant kan daar vanaf het begin bij aansluiten. In samenwerking met de wijkteams kan dan vanaf dag één het onderwerp brandveilig leven op de kaart gezet worden.

⁵⁴ BN de Stem (2012)

9.2.2 Schijf

In het gemoedelijke dorp Schijf leven dorpingen nauw met elkaar samen. Er is sprake van sociale controle tussen wijkbewoners, een 'ons kent ons' cultuur en het verenigingsleven is intensief. Voor zover ik op basis van het onderzoek kan inschatten, is het zinvol ten minste de volgende netwerken te benaderen:

- Het bloemencorso, ook wel Buurtschap Schijf genoemd. Hier blijken alle leeftijdscategorieën vertegenwoordigd, vanaf twaalf jaar. Uit het huis aan huis onderzoek concludeer ik dat vooral mensen in de leeftijd van 25 tot en met 55 jaar actief zijn;
- VV Schijf. Deze voetbalclub kent voor een groot deel mannelijke leden waaronder kinderen en jong volwassenen;
- Muziekvereniging Kunst Na Arbeid. Deze muziekvereniging bloeit onder de jongere leden;
- Schietvereniging de Grensschutters. Mensen van vooral middelbare leeftijd zijn daar lid van;
- De KBO. Een groot deel van de senioren in Schijf neemt frequent en met enthousiasme deel aan activiteiten die worden georganiseerd door dit netwerk.

Ik raad Brandweer Midden- en West-Brabant aan om te achterhalen welke sociale netwerken nog meer hulp kunnen bieden om brandveiligheid onder de aandacht te brengen in Schijf. Tot slot is de dorpswebsite www.schijf.eu zinvol om te gebruiken, een groot deel van de bevolking maakt daarvan gebruik. Met deze website is onder andere het volgende mogelijk:

- Informatie geven over het project zelf;
- Middelen publiceren die ook aangedragen zijn in fase 1 van het project;
- Lokale ambassadeurs van brandveiligheid werven en wanneer deze bekend zijn kunnen zij hier worden geïntroduceerd;
- De vragenlijst van de brandveiligheidschecks online zetten zodat mensen deze thuis ook zelfstandig kunnen uitvoeren.

9.2.3 Suggesties

In de vorige subparagrafen staat beschreven dat sociale netwerken kunnen bijdragen aan het verhogen van brandveiligheidsbewustzijn van burgers. Voor de kernen Rucphen en Schijf zijn dergelijke (invloedrijke) netwerken aangedragen. Onderstaand doe ik een aantal suggesties om te verduidelijken hoe een dergelijke samenwerking eruit zou kunnen zien.

Sport verbindt

Een drukke zaterdag of zondag (wellicht aan het einde van het seizoen of wanneer een belangrijke wedstrijd wordt gespeeld), zorgt voor veel leden op de club en een groot aantal toeschouwers. De brandweer arriveert met een tankautospuit op het sportterrein en kleedt het aan met vlaggen, ballonnen, posters en flyers en richt een stand in. Er wordt een grote barbecue geïnstalleerd en een scherm toont een filmpje met het brandverloop in een woning. Ook de plaatselijke bouwmarkt is ter plaatse en verkoopt rookmelders, blusdekens en andere preventie- en bestrijdingsmiddelen. Voor de kinderen is er kleur- en tekenmateriaal aanwezig. Er is een wedstrijd uitgeroepen wie op papier het beste vluchtplan kan maken. De winnaars mogen bijvoorbeeld een rondje door het dorp in de brandweerauto. De brandveiligheidschecks die mensen thuis kunnen uitvoeren zijn te verkrijgen en uiteraard wordt het belang daarvan benadrukt. Na een korte, inleidende toespraak van de brandweer over het waarom achter deze actie, wordt de 'brandweermannenbarbecue' geopend. Rondom een barbecue ontstaan vaak vrijblijvende gesprekken en dit is een informele manier waarop de brandweer met burgers in

contact kan komen over het thema. Met de barbecue kan creatief omgegaan worden: bijvoorbeeld een stukje vlees ruilen voor een handtekening onder het 'brandveiligheidcontract', waarin de burger belooft rookmelders op te hangen en de brandveiligheidcheck zelf uit te voeren. Er worden prijsvragenlijsten uitgedeeld over brandveiligheidsaspecten. Mensen kunnen, indien gewenst, daarop hun gegevens achterlaten waarna zij benaderd worden voor een veiligheidcheck aan huis. Degenen die de meeste vragen goed beantwoord hebben winnen een brandweermannenbarbecue bij hun thuis of iets anders wat aanspreekt. Gedurende deze middag kunnen ook ambassadeurs geworven worden om brandveiligheid in de gemeenschap te promoten.

Uitje voor ouderen

De KBO staat bekend om haar drukbezochte activiteiten voor ouderen. Een informatiemiddag over brandveiligheid alleen is wellicht te mager aangezien ouderen, zo bleek uit het onderzoek, het minst stilstaan bij dit thema. Een aangeklede informatiedag waarin ook andere veiligheidsaspecten aan bod komen (zoals financiële veiligheid en inbraakveiligheid) en activiteiten rondom deze onderwerpen worden georganiseerd, kan zijn vruchten afwerpen.⁵⁵

⁵⁵ Een vergelijkbare bijeenkomst in Woensdrecht op 14 februari 2012 werd bezocht door ongeveer 200 senioren.

10. LITERATUUR

Boeken

- Aarts, N. & Woerkum, C. van (2010). Strategische communicatie: principes en toepassingen. (2^e ed.) Assen: Van Gorkum
- Boer, C. de & Brennecke, S. (2004). Media en Publiek: theorieën over media-impact. (5^e ed.) Amsterdam: Boom
- Duyvendak, J-W. en Hurenkamp, M. (red.) (2004). Kiezen voor de kudde: lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid. Amsterdam: Van Gennep
- Pas, L. van de (2007) Reader communicatietheorie. Eindhoven: Fontys Hogeschool Communicatie
- Ruler, B. van (2003). Strategisch management van communicatie: introductie van het Communicatiekruispunt. (3^e ed.) Deventer: Samsom

Documenten

- Brandweer Amersfoort (2010). Handboek Veilig Wonen. Den Haag: Opmeer
- Brandweer Midden- en West-Brabant (2011). Jaarplan 2011
- Brandweer Midden- en West-Brabant (2011). Ontwerp Dekkingsplan en Specialismen-spreidingsplan, versie 2011-2013
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2011). Gemeente Op Maat Rucphen 2011. Den Haag/Heerlen
- Fogg, B.J. (datum onbekend). A Behavior Model for Persuasive Design. Stanford: Stanford University
- Gemeente Rucphen (2012). Gemeentegids Rucphen 2012
- Gemeente Rucphen, Integraal Stemsysteem G-10.00 (2010). Stempercentages per deelgemeente: Rucphen, Schijf, Sprundel, Zegge, St. Willebrord. Verkiezing Tweede Kamer 2010
- Hagen, R. (2007). Het kerkje van Spaarnwoude. Arnhem: Nederlands Instituut Fysieke Veiligheid Nibra
- Raad van Regionaal Commandanten (2010). De Brandweer Over Morgen
- Sijbring, H. (2012). Notitie Toolbox
- Tabula Rasa, in opdracht van de NVBR (2012). Rapport over het effect van voorlichting over brand bij basisschoolleerlingen en hun ouders. Den Haag: Tabula Rasa
- Veiligheidsregio Midden- en West-Brabant (2011). Verbinden en Versterken: beleidsplan 2011-2015
- Wijk, M. van (2012). Communicatie Brandweer MWB 2011/2012
- Versleijen, R.J.M. (2007). Over brandweer, snorren, apen en bananen. Organisatiecultuur versus organisatieverandering

11. INTERNETBRONNEN

1. <http://mens-en-samenleving.infonu.nl/opleiding-en-beroep/37889-de-meest-betrouwbare-beroepen-onderzoek-2009.html>. Geraadpleegd op 1 maart 2012
2. <http://www.internetbode.nl/DorisEPaper%5C13%20De%20Rucphense%5Cindex.cfm>. Geraadpleegd op 5 maart
3. http://123management.nl/0/030_cultuur/a300_cultuur_01_essentie.html. Geraadpleegd op 6 maart 2012
4. <http://www.ocai-online.nl/blog/2008/09/het-organizational-culture-assessment-instrument-ofwel-ocai/>. Geraadpleegd op 12 maart 2012
5. <http://rucphen.nl/>. Geraadpleegd op 19 maart 2012
6. <http://www.veiligwonenamersfoort.nl/>. Geraadpleegd op 20 maart 2012
7. http://www.assen.nl/brandweer/Smokey_de_Rookmelder/Campagne_Smokey. Geraadpleegd op 20 maart 2012
8. http://www.nvbr.nl/algemene_onderdelen/bedreven-brandveilig/smokey-waakt-assen/. Geraadpleegd op 21 maart 2012
9. <http://www.veiligheidsregiomwb.nl/>. Geraadpleegd op 27 maart 2012
10. <http://www.youtube.com/watch?v=Bh178kRG5u8>. Geraadpleegd op 28 maart 2012
11. <http://www.youtube.com/watch?v=Xy5sSjzGzEQ&feature=related>. Geraadpleegd op 2 april 2012
12. <http://www.youtube.com/watch?v=vRoOhVoe79k>. Geraadpleegd op 2 april 2012
13. <http://www.bndestem.nl/regio/roosendaal/10876615/Buurtpreventie-mogelijk-ook-dit-jaar-in-Rucphen.ece>. Geraadpleegd op 20 april 2012
14. <http://www.puurrucphen.nl/>. Geraadpleegd op 25 april 2012
15. <http://www.bndestem.nl/regio/roosendaal/6811954/PVV-scoort-soms-meer-dan-60-procent-in-St-Willebrord.ece>. Geraadpleegd op 29 april 2012
16. http://www.eenvandaag.nl/politiek/36042/rucphen_stemt_massaal_op_de_pvv. Geraadpleegd op 29 april 2012
17. <http://www.omroepbrabant.nl/?news/137860902/Opvallend+stemgedrag+in+Brabant.aspx>. Geraadpleegd op 29 april 2012
18. <http://www.nvbr.nl/>. Geraadpleegd op 8 mei 2012
19. <http://www.hvd-drenthe.nl/index.html>. Geraadpleegd op 8 mei 2012
20. <http://www.cbsinuwbuurt.nl/#pageLocation=index>. Geraadpleegd op 9 mei 2012
21. www.dichtbijrucphen.nl/. Geraadpleegd op 13 mei 2012
22. <http://internetbode.nl/>. Geraadpleegd op 15 mei 2012
23. www.schijf.eu/. Geraadpleegd op 18 mei 2012
24. <https://www.rick-mwb.nl/Bedrijfsvoering/Themas/Communicatie.aspx>. Geraadpleegd op 18 mei 2012

