

(Gedrags-)factoren bij de campagne ‘Voorkomen van vuur is jouw natuur’

Doelgroep Recreanten

Maak een afgewogen keuze in het doelgedrag

Het is belangrijk om te overwegen welk gedrag je benadrukt in de risicocommunicatie, aangezien handelingen met een hoger brandgevaar minder vaak voorkomen dan handelingen met een lager brandrisico. Het is essentieel om de aandacht te richten op gedrag dat, hoewel minder frequent, een groter risico met zich meebrengt.

Voorbeeld: de meeste verblijfsgasten overnachten in bungalows (hoge frequentie) en koken hierbij in de bungalow (laag brandrisico). Verblijfsgasten die kamperen (lagere frequentie) koken vaak op gaspitjes (hoger brandrisico). Je kan mogelijk meer impact maken door je juist op deze laatste groep te richten.

Communiceer simpele, consistente handelingsperspectief

Uit het onderzoek kwam naar voren dat tips en informatie niet consistent is en dat regels per locaties kunnen verschillen. Communiceer heldere, consistente en gemakkelijk te begrijpen (B1 niveau) richtlijnen die gedragen worden door meerdere partijen (brandweer, gemeenten, camping- en terreineigenaren).

Communiceer de informatie op de plek waar het gedrag zich voordoet: de recreatiestranden of centrale plekken op de campings, zoals het zwembad of het restaurant. Mensen zijn op die plekken minder druk en hebben voldoende verwerkingsruimte om de informatie tot zich te nemen. Maak gebruik van de kracht van herhaling en laat de boodschap op meerdere plekken en tijdstippen zien.

Gebruik in de uitingen naast tekst ook afbeeldingen of symbolen. Mensen verwerken deze informatie sneller dan tekst. In de communicatie is het belangrijk om nuances aan te brengen, bijvoorbeeld in de manier van aanspreken bij jongeren en bij ouderen. Zo speel je in op specifieke doelgroepen die je wilt bereiken.

Benadruk de waarde van de natuur voor de bezoekers

Benadruk de waarden die belangrijk zijn voor bezoekers en recreanten, zoals de emotionele binding met de locatie waar ze verblijven (place-attachment). Richt je in de communicatie op elementen die belangrijk zijn voor recreanten, bijvoorbeeld zorgdragen voor dat wat hen dierbaar is. Refereren naar de zorg voor de natuur en dieren kan hierbij helpend zijn.

Plaats mensen in een verantwoordelijke rol

Mensen zijn graag consistent in hun gedrag. Consistentie kunnen we activeren door mensen in een bepaalde rol te zetten. Daarmee activeer je gedragingen die passen bij deze rol. Het activeren van sociale rollen noemen we altercasting. Belangrijk hierbij is om mensen in positieve rollen te plaatsen; rollen die het gewenste gedrag vertonen. Een voorbeeld van zo'n rol is de rol van 'natuurliefhebber/verantwoordelijke recreant'. Het belangrijkste is dat mensen zich herkennen in de rol.

Communiceer het hele jaar over natuurbrand

Door continuïteit aan te brengen in de communicatie, denken mensen vaker na over het risico. Consistentie en herhaling is nodig om het gewenste gedrag (blijvend) te stimuleren. Het is ook effectief om te communiceren op momenten dat mensen het niet verwachten, bijvoorbeeld in de wintermaanden. Laat de boodschap zoveel als mogelijk aansluiten bij de tijd van het jaar waarop je communiceert.