

Achtergrondinformatie Gedragsonderzoek campagne

26-03-25

Campagne "Voorkomen van Vuur is Jouw Natuur" gebaseerd op gedragsonderzoek

Om meer inzicht te krijgen in het menselijke handelen als oorzaak van natuurbranden heeft de Veiligheidsregio Noord- en Oost-Gelderland in 2023 gedragsonderzoek gedaan naar de kennis, houding en het gedrag van mensen op het thema natuurbranden. Op basis van die resultaten, en in samenwerking met Gelderse Gebiedsgerichte Aanpak Natuurbrandbeheersing en Brandweer Nederland, is de campagne *Voorkomen van Vuur is jouw Natuur* ontwikkeld. Het doel van de campagne is om doelgroepen bewust te maken van het natuurbrandrisico en te stimuleren tot natuurbrandveiliger gedrag.

In het gedragsonderzoek zijn verschillende doelgroepen meegenomen. Bewoners van risicovolle natuurgebieden, recreanten op vakantieparken en dagjestoeristen bij recreatiegebieden zijn de doelgroepen die ook binnen de campagne worden onderscheiden. Op basis van literatuuronderzoek, observaties en flitsinterviews zijn de eerste inzichten opgehaald. Vervolgens zijn deze inzichten getoetst in een enquête onderzoek op locatie.

Om effectief aan te sluiten bij de doelgroep en de gewenste gedragsverandering te realiseren, is gedragsonderzoek essentieel. Dit onderzoek biedt inzicht in de factoren die veilig gedrag kunnen stimuleren. De uitkomsten zijn vervolgens verwerkt in het campagneconcept en de ontwikkelde communicatiemiddelen. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste onderzoeksresultaten en de wijze waarop deze zijn vertaald naar de campagne.

1. Geef nadruk aan de waarde die doelgroepen hechten aan de natuur (place-attachment)

In het onderzoek kwam heel duidelijk naar voren dat zowel voor bewoners als recreanten de natuur en omgeving een belangrijke reden is om op die locatie te wonen of te recreëren. Men heeft een emotionele binding met de locatie. Dit heet ook wel *place attachment*. Het is daarom belangrijk om in de uitingen te focussen op elementen waar de doelgroep waarde aan hecht, bijvoorbeeld het zorgdragen en willen behouden van de dierbare natuur in hun leefomgeving.

2. De brandweer als (lokale) autoriteit. Eventueel in combinatie met andere relevante partners.

Mensen geven aan dat zij de brandweer zien als autoriteit op het gebied van natuurbrand. Het is daarom waarschijnlijk dat mensen informatie van de brandweer sneller als betrouwbaar aannemen en ernaar zullen handelen. Een combinatie van andere passende afzenders samen met de Brandweer en Veiligheidsregio's kan de boodschap extra versterken. Denk aan gemeenten, recreatieondernemers of beheerders van recreatieplassen of natuurgebieden.

3. Vergoot de kennis van natuurbrandrisico's en preventieve maatregelen (informer)

Uit onderzoek bleek dat inwoners van risicowijken zich zorgen maken over het natuurbrandrisico, maar daar geen bewuste maatregelen nemen omdat ze niet weten wat ze kunnen doen. Recreanten daarentegen worden veel beïnvloed door wat ze in de media zien over natuurbranden in het buitenland. Doordat zij dergelijke situaties uit het buitenland niet in Nederland ervaren, schatten zij het risico op natuurbrand in Nederland lager in. Dit vormt de aanleiding om deze doelgroepen via een preventiecampagne te informeren, bewust te maken en aan te moedigen tot de juiste acties.

4. Eenduidige, positieve communicatie

Een overkoepelend communicatieconcept met dezelfde uitstraling en inhoudelijke boodschap zorgt voor simpele, consistente communicatie richting doelgroepen. Daarnaast zijn neutrale, positieve beelden effectiever dan angstaanjagende beelden. De campagne kiest voor een benadering die de waarde van de natuur benadrukt en actief gedrag stimuleert.

5. Communiceer het gehele jaar door over natuurbrand

Continuïteit zorgt ervoor dat mensen vaker nadenken over het risico en herhaling is nodig om het gewenste gedrag blijven te stimuleren. Maar het is ook effectief om te communiceren op momenten dat mensen het niet verwachten, bijvoorbeeld in de wintermaanden.

Met de campagne 'Voorkomen van Vuur is jouw Natuur' wordt niet alleen bewustwording gecreëerd, maar worden ook concrete stappen gezet richting gedragsverandering. Door het benadrukken van de waarde die mensen hechten aan hun natuur en omgeving, en door betrouwbare partners zoals de brandweer in te zetten, wordt het natuurbrandrisico op een positieve en effectieve manier benoemd. Het is belangrijk om continu te blijven communiceren en mensen te informeren over preventieve maatregelen, zodat natuurbrandveilig gedrag niet alleen een seizoensgebonden focus is, maar een blijvende prioriteit. Laten we samen de natuur beschermen en zorgen dat de risico's van natuurbranden niet alleen worden herkend, maar ook daadwerkelijk voorkomen.

Vragen over het onderzoek? Mail dan naar campagnes@vnog.nl