

Vraag & antwoord

Alles wat je moet weten

Communicatie over Storm & Windhozen

11 veelgestelde vragen voor gemeenten | Hoe gebruik je de toolkit?

1. Waarom is deze campagne gemaakt?

Deze campagne is opgezet om inwoners beter voor te bereiden op storm en windhozen. Overheden hebben de wettelijke taak om inwoners te informeren over risico's, maar we willen ook de weerbaarheid vergroten. Door kleine, concrete acties te promoten, stimuleren we zelfredzaamheid en onderlinge hulp in buurten.

Deze campagne maakt deel uit van een bredere aanpak om inwoners bewust te maken van hun rol in crisis- en risicobeheer, samen met communicatie over bijvoorbeeld natuurbranden of stroomuitval. Zo dragen we bij aan een weerbare samenleving waarin mensen weten wat ze zelf kunnen doen.

2. Wat is de inhoud van de toolkit?

De campagne zet een opvallend en verrassend beeld in om de aandacht te trekken. Er zijn campagnebeelden met twee personages, Yara en Koen, die inwoners aansporen om de stormcheck te doen.

De campagne bevat de volgende middelen:

- ✔ **Campagnebeelden** - Voor social media als verhaal of bericht (Instagram, LinkedIn, Facebook) en voor fysieke middelen zoals advertenties in lokale kranten of huis-aan-huisbladen. De oproep tot actie (Doe de stormcheck) verwijst naar de stormcheck via een QR-code, link of swipe-up. Op fysieke middelen zoals posters kan men de QR-code scannen. Op digitale middelen, zoals een verhaal op social media, kan men omhoog swipen. Dit ligt aan het soort account dat je hebt. Anders kun je de link los toevoegen aan de story. Het gaat om [deze](#) link.
- ✔ **De stormcheck** - Kan ook los gedeeld worden als verhaal of bericht op social media.
- ✔ **Begeleidende tekst** - Voor berichten op sociale media.
- ✔ **Infographic 'Wie bel ik?'** - Praktische info over wie je moet bellen bij stormschade. We gebruiken hiervoor de meest actuele versie, afgestemd met Brandweer Nederland. Daarnaast is er ook een aparte infographic van de brandweer over storm- en wateroverlast. Deze biedt extra richtlijnen voor inwoners.

💡 Er zit ook een dynamisch campagnebeeld in de toolkit. Leuk om te gebruiken in een social media verhaal.

👁️ **Waar kom je terecht bij een klik op de link, swipe-up of QR-code?** Bij de stormcheck. Hier vind je tips om jezelf en je omgeving beter voor te bereiden op extreem weer. De stormcheck vind je terug op de website van **Brabant Alert**.

3. Door wie is de campagne geïnitieerd?

De campagne is een initiatief van Veiligheidsregio Brabant-Zuidoost en de 21 gemeenten in deze regio. Samen willen we inwoners bewuster maken van risico's en hen handvatten bieden om schade en overlast te beperken. Daarnaast draagt de campagne bij aan een grotere zelfredzaamheid, zodat inwoners zichzelf kunnen redden in de eerste **72 uur** na een crisis of ramp.

De campagne is ontwikkeld in samenwerking met Brandweer Brabant-Zuidoost en het KNMI.

4. Voor wie is de campagne gemaakt?

De campagne is bedoeld voor alle inwoners van de 21 gemeenten binnen de Veiligheidsregio Brabant-Zuidoost.

De materialen kunnen ook breder ingezet worden, bijvoorbeeld door gemeenten in andere (Brabantse) Veiligheidsregio's. Ben je werkzaam buiten VRBZO en wil je de materialen gebruiken? Stem dit dan even af met risicocommunicatie@vrbzo.nl en/of je eigen Veiligheidsregio.



5. Waarom staat de infographic 'Wie bel ik bij stormschade?' in de toolkit?

Wanneer bel je als inwoner 112 bij stormschade? En wanneer bel je de brandweer, of is een melding bij de gemeente voldoende?

De infographic geeft duidelijke richtlijnen, gebaseerd op de landelijke richtlijnen van de brandweer, zodat inwoners weten welke instantie ze in welke situatie moeten benaderen. Daarnaast is er ook een aparte infographic van de brandweer over storm- en wateroverlast.

6. Op welke kanalen kan ik de middelen inzetten?

- ✔️ **Gemeentelijke websites en social media:** Facebook, LinkedIn, Instagram
- ✔️ **Lokale (nieuws)websites en huis-aan-huisbladen**
- ✔️ **Posters en schermen op openbare plekken**

7. Wanneer kan ik het beste communiceren over storm?

Communicatie is het meest effectief in drie situaties:

1. **Als er een storm op komst is** - Deel de boodschap zodra er een officiële weersverwachting is, bijvoorbeeld van het KNMI. Let op: deze campagne vervangt niet de officiële alertering of waarschuwingen van inwoners. Die taak ligt bij het KNMI.
2. **Het stormseizoen is het hele jaar door** - We kennen zowel winterstormen als zomerstormen. Ook zonder dreiging is het goed om inwoners eraan te herinneren dat ze zich kunnen voorbereiden.
3. **Op relevante momenten in jouw gemeente** - Controleer of er lokaal specifieke momenten zijn waarop communicatie over storm relevant is.

💡 **Let op:** Voorkom 'weercodemoeheid' door niet automatisch te communiceren bij elke stormwaarschuwing, maar altijd te checken of er lokaal echt risico's zijn.

💡 **Handige tool:** Gemeenten kunnen zich via de **KNMI-app** abonneren op meldingen voor weerswaarschuwingen.

💡 **In de zomer is de impact van een storm vaak groter** omdat ramen en deuren vaker openstaan en tuinmeubelen buiten blijven. Houd hier rekening mee bij je communicatiemomenten.

8. Wie kan helpen bij het verspreiden van de boodschap?

Naast gemeenten kunnen ook wijkteams, lokale media, woningcorporaties, ondernemersverenigingen en buurtinitiatieven helpen bij de verspreiding. Ook via de kanalen van Brandweer Brabant-Zuidoost worden berichten gedeeld met inwoners.

💡 **Tip:** Vraag collega's of experts binnen je organisatie actief om de boodschap te delen.

9. Hoe trekt de campagne de aandacht?

- ✓ **Opvallende en verrassende beelden**
- ✓ **Duidelijke en haalbare acties**
- ✓ **Gerichte timing**
- ✓ **Elkaar helpen**

💡 **Tip:** In social media posts kun je inwoners extra oproepen om burens of familieleden te helpen bij het voorbereiden op een storm. Gebruik de teksten uit de toolkit en vul deze aan.

10. Hoe kun je de campagne aanpassen aan jouw gemeente?

- ✓ **Je eigen logo toevoegen** - Er is een ingebouwde button waarmee je eenvoudig je logo kunt uploaden.
- ✓ **Specifieke risico's benadrukken** - Denk aan wateroverlast in laaggelegen gebieden of omgewaaide bomen in een bosrijke omgeving.

💡 Heb je specifieke wensen? Overleg dan met ons via risicocommunicatie@vrbzo.nl.

11. Wat als de storm mee blijkt te vallen en we wel hebben gecommuniceerd?

- 💡 "Gelukkig viel de storm mee, maar goed voorbereid zijn blijft belangrijk!"
- 💡 "We waarschuwen liever een keer te vaak dan te weinig."
- 💡 "Door vooraf maatregelen te nemen, zorgen we ervoor dat we bij een volgende storm beter voorbereid zijn."
- 💡 **Tip:** Deel deze boodschap ook op social media, zodat inwoners begrijpen waarom hun gemeente aandacht geeft aan dit thema.

Advies

De opdrachtgever stelt open bestanden beschikbaar, zodat gemeenten de campagnebeelden eenvoudig kunnen gebruiken. We raden echter aan om **de teksten en beelden niet aan te passen**.

Waarom?

- ✔ **Eenduidige uitstraling:**
Het is belangrijk dat inwoners in verschillende gemeenten dezelfde herkenbare campagne zien. Dit voorkomt verwarring, vooral in randgemeenten.
- ✔ **Gebaseerd op gedragsstrategie:**
De teksten en beelden zijn ontwikkeld in samenwerking met een gedragsexpert en sluiten aan op bewezen effectieve gedragsstrategieën.
- ✔ **Getest en positief beoordeeld:**
De campagnebeelden zijn getest bij de doelgroep en hebben een positieve beoordeling gekregen.

Voor de **betrouwbaarheid van de afzender** raden we aan om het logo van jouw gemeente in hoge resolutie toe te voegen aan de fysieke campagnebeelden met Yara en Koen. **Hiervoor is een speciale button ontwikkeld, waarmee je eenvoudig jouw logo kunt uploaden.** Digitale middelen hebben automatisch al jouw afzender omdat je het deelt vanuit het kanaal van jouw organisatie.

