



Waterbewust worden, zijn en blijven

Maar weinig Nederlanders zijn zich bewust van de risico's van water, zoals een overstroming of wateroverlast door hevige regenval. Het probleem is bij de burger weggehaald. De publiekscampagne Nederland leeft met water probeert iets aan dat waterbewustzijn te doen. Onderzoek toont aan dat zo'n landelijke campagne alleen blijvend iets verandert in de hoofden van de mensen wanneer die vertaald wordt naar lokaal niveau, dus het water in de eigen omgeving. Een andere les is, dat aan algemene thema's als zeespiegelstijging en wateroverlast een handelingsperspectief moet worden gekoppeld. Wat kan de burger er zelf aan doen?

Een samenwerkingsverband van specialistische diensten van Rijkswaterstaat werkt in opdracht van het Directoraat-Generaal Water aan het project Waterbewustzijn. Projectleider Aline Arends van het Rijksinstituut voor Kust en Zee (RIKZ): 'Het woord waterbewustzijn staat nog niet in de Dikke van Dale, maar als het aan mij ligt, wordt dat snel anders. Een definitie? Die heb ik niet echt. Wel een omschrijving.

Aan waterbewustzijn zitten twee kanten. Ten eerste is dat het beeld dat iedereen heeft van water in zijn omgeving en wat je ermee kunt doen. Mensen denken vaak in "kansen", zoals waterrecreatie en wonen aan het water. Een tweede aspect is de problematiek van het waterbeheer. Hoe ervaar je de bedreigingen van water? Pak je die twee dingen samen, dan kun je waterbewustzijn omschrijven als: het besef

van kansen en bedreigingen die te maken hebben met water.'

Onwetendheid

Arends legt uit waarom het begrip waterbewustzijn opeens zo in beeld is: 'In de nota Anders omgaan met water staat het regeringsbeleid in de 21^e eeuw ten aanzien van water. Op pagina 21 lees ik: "Een delta met zijn vele water is aantrekkelijk om in te wonen, werken en recreëren. Maar zo'n laaggelegen gebied kent ook risico's; absolute veiligheid (tegen overstromingen) is niet te garanderen. De overheid moet burgers hiervan bewust maken, opdat deze ook zelf een bijdrage leveren aan het voorkómen van schade en overlast." Door de aard van deze opdracht hebben we ons project toegespitst op veiligheid tegen overstromingen en dus minder op waterkwaliteit.

Daarbij hebben we gebruikgemaakt van *De Watermonitor*. Dat is een onderzoek dat we nu vier jaar achter elkaar hebben gehouden naar wat burgers en agrariërs weten en vinden van waterbeleid.

Daaruit blijkt dat de meeste Nederlanders niet weten dat ons land een laaggelegen delta is. Slechts tien procent weet dat tweederde van ons land zou overstroomd zonder dijken en duinen.'

Hoe red ik mijn huisdier

Bureau ERGO heeft – in het kader van het project – onderzoek gedaan naar het risicobewustzijn in binnen- en buitenland. Daaruit blijkt dat Nederlanders zich absoluut niet druk maken over waterrisico's. 'Daar zorgen Rijkswaterstaat en de waterschappen toch voor', is meestal de reactie. Arends: 'Het probleem is bij de burgers weggehaald.'

In Angelsaksische landen legt de overheid veel meer accent op eigen verantwoordelijkheid en zelfredzaamheid. Op de website van de *Federal Emergency Management Agency* (FEMA) in Amerika staat een volledige cursus 'Hoe red ik mijn huisdier bij een overstroming'.

'Ons land is nog nooit zo veilig geweest als op dit moment', zegt Arends heel stellig. 'Maar met water ben je nooit klaar. De klimaatverandering is begonnen en de hoge waters in '93 en '95 hebben ons geleerd dat een ramp in het rivierengebied niet denkbeeldig is. Maar ook de kust biedt geen absolute veiligheid, en wateroverlast door overmatige regenval ervaren we steeds meer aan den lijve.

En ik noem alleen maar het woord Wilnis. Een maatschappij zonder risico bestaat gewoon niet. Angst is echt niet nodig, maar ik zou wél willen dat Nederlanders de problemen van waterbeherend Nederland herkennen en erkennen.'

Timofeeff in bad

Uit hetzelfde ERGO-onderzoek blijkt dat na een (bijna)ramp het risicobewustzijn bij mensen opeens sterk toeneemt. Gelukkig gebeuren zulke (bijna)rampen niet dagelijks. Om het waterbewustzijn toch te vergroten, is er een communicatiecampagne *Nederland leeft met water* aan de gang. Weerman Peter Timofeeff is het gezicht van die campagne. Hij was regelmatig op de buis te zien, gezeten in een badkuip. Recent is een tweede effectmeting van deze campagne verricht. Het probleembesef en de acceptatie van maatregelen neemt toe. 82 Procent van de ondervraagden vindt dat er meer aandacht moet komen voor bescherming tegen wateroverlast en overstromingen. Dat was in de voormeting 76 procent. Voorts vindt 68 procent het noodzakelijk dat meer ruimte langs de kust wordt vrijgehouden voor extra duinen (was 55 procent).

Het is ook j uw probleem

Is daarmee het doel van een waterbewust Nederland bereikt? Arends: 'Uit studies die we hebben laten verrichten, blijkt dat publiekscampagnes maar kort blijven hangen in de hoofden van de mensen. Dat is trouwens ook met (bijna)rampen het geval. We weten nu dat bewustwording alleen beklijft wanneer algemene noties over bijvoorbeeld klimaatverandering worden doorvertaald naar lokaal niveau. Wanneer het gaat over het kanaal bij j u voor de deur of het moeras bij j u in de buurt, liefst met een boodschapper die bij j u in het dorp woont, dan heeft het veel meer impact. Dan komt het onderwerp dichterbij, er komt meer emotie aan te pas en er is meer ruimte voor interactie. Wanneer de mensen begrijpen dat waterbeheer nu eenmaal offers vraagt in termen van geld en ruimte, dan zijn we al een eind verder.'

Aanhaken aan de campagne

Het campagne team NLMW vindt het belangrijk dat juist de 'eigen mensen' (diensten van Rijkswaterstaat, waterschappen, provincies en gemeenten) meer aanhaken aan de campagne. Die zouden de bewustwording op lokaal en regionaal niveau kunnen realiseren. Ook is het belangrijk dat wat Timofeeff op de buis zegt, gekoppeld wordt aan concrete projecten en ingrepen in het land. Denk aan de noodoverlooptgebieden of de reservering van ruimte voor toekomstige kustverzwaring. Bij dat soort projecten moet de burger vanaf het prille begin worden betrokken. Interactieve planvorming gaat niet alleen om draagvlak, maar ook om het erbij betrekken en informeren van de burger. Vaak leidt dat tot een creatief proces bij het vinden van oplossingen. Met communicatie los je overigens niet alles op. Wanneer er een echte belangentegenstelling is tussen overheid en burgers, dan dient uiteindelijk de burger schadeloos gesteld te worden of gecompenseerd.

Een andere studie – van het Instituut voor Milieuvraagstukken – die is verricht in het kader van het project Waterbewustzijn leert dat draagvlak niet per se afhankelijk is van de vraag of mensen hun zin krijgen. Draagvlak ontstaat ook wanneer burgers voelen dat ze echt ergens bij worden betrokken en serieus worden genomen.

Regenton

Arends: 'Wat ik mis in alle communicatie is het handelingsperspectief. Begin bij wateroverlast over het nut van een regenton in de tuin of het in de grond laten sijpelen van regenwater! Waar we als overheid slecht in zijn, is gebruikmaken van het positieve gevoel dat vrijwel iedere Nederlander heeft bij water. Koppel waterbeheerprojecten aan recreatie op het water of wonen op of aan het water.

Heel veel mensen willen in een drijvend huis wonen. Maak de wet- en regelgeving veel eenvoudiger op dit punt.'

Het project Waterbewustzijn is de studiefase voorbij. Arends wil nu vooral over de lessen die ze heeft geleerd communiceren, liefst met het communicatieteam NLMW en de mensen op lokaal niveau.

JH

Meer informatie

Aline Arends, RJKZ, tel. (070) 311 43 59, e-mail a.a.arends@rikz.rws.minvenw.nl



Aline Arends