

Interactie tussen beroepsvaart en recreatievaart

Strategisch communicatieplan

26 mei 2003
Diana Sakko

Ministerie van Verkeer en Waterstaat

Rijkswaterstaat



Strategisch communicatieplan

Interactie tussen beroepsvaart en recreatievaart

Rotterdam, 26 mei 2003

Diana Sakko

Voorwoord

Voor u ligt de afstudeeropdracht ter afsluiting van de opleiding Internationale Communicatie aan de Hogeschool INHOLLAND Rotterdam.

Van begin februari tot en met begin juni 2003 heb ik een opdracht uitgevoerd bij Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland op de afdeling Scheepvaartzaken, AVS. Tijdens deze periode heb ik een strategisch communicatie plan geschreven om de interactie tussen beroeps- en recreatievaart te verbeteren. Naar aanleiding van deze opdracht heb ik mijn scriptie "De staat van ontwikkeling van de elektronische communicatie in de binnenvaart" geschreven.

Graag zou ik mijn begeleiders van de afdeling Scheepvaartzaken bedanken, de heer Hagman en de heer Brock. Voor de begeleiding vanuit school wil ik graag de heer Goosens bedanken.

Dit afstudeerproject is mede tot stand gekomen dankzij de medewerking van verschillende mensen uit het bedrijfsleven.

Diana Sakko

Inhoudsopgave

Voorwoord

Samenvatting

1	Inleiding	8
1.1	Aanleiding tot het onderzoek	8
1.2	Probleemstelling	8
1.3	Doelstelling	9
1.4	Werkwijze van het onderzoek	10
2	Missie en marktdefinitie	11
2.1	Missie Rijkswaterstaat	11
2.2	Positionering	11
2.3	Afnemersgroepen	12
2.4	Marktdefinitie	12
2.5	Concurrentie	12
3	Huidige situatie	13
4	Omgevingsanalyse	15
4.1	Recreatievaart	15
4.1.1	ANWB	15
4.1.2	KNWV	16
4.2	Beroepsvaart	16
4.2.1	Koninklijke Schuttevaer	16
4.3	Directoraat-Generaal Goedervervoer	16
4.3.1	Veiligheid op het water (zeevaart en binnenvaart)	17
5	Doelgroepanalyse	18
5.1	Beroepsvaart	18
5.1.1	Algemeen niveau	18
5.1.2	Domeinspecifiek niveau	19
5.1.3	Vaarweggebruik	19
5.2	Recreatievaart	19
5.2.1	Algemeen niveau recreatievaart	20
5.2.2	Domeinspecifiek niveau recreatievaart	20
5.2.3	Vaarweggebruik recreatievaart	20
5.3	Rollen in het beslissingsproces	21
5.3.1	Beroepsvaart	21
5.3.2	Recreatievaart	21
6	Boodschap	22
6.1	Beroepsvaart	22
6.2	Recreatievaart	22
7	Swot- analyse	23
7.1	Beroepsvaart	23
7.2	Recreatievaart	24
8	Communicatiestrategie	25
8.1	Two-step flow communication	25

9	Communicatie doelstellingen	27
9.1	Randvoorwaarden	28
10	Communicatiemethoden en middelen vaststellen	29
10.1	Methoden	29
10.1.1	Informatie digitaal	29
10.1.2	Strategische publiciteit	30
10.2	Via multimediale aanpak	30
10.3	Middelen	30
10.3.1	Kranten	31
10.3.2	Tijdschriften	32
10.3.3	Tv	33
10.3.4	Beurzen	33
10.3.5	Internet	33
10.3.6	Gebruiksvoorwerpen	34
10.3.7	Onderwijs	34
10.3.8	Overheid	34
10.3.9	Publieke balie	34
10.3.10	Meevaren	35
11	Tijdsplanning	36
12	Aanbevelingen en conclusies	37
12.1	Conclusie	37
12.2	Aanbevelingen	38
13	Literatuurlijst	40
13.1	Boeken	40
13.2	Websites	40
13.3	Artikelen uit vakbladen	40
13.4	Andere bronnen	40
Bijlage 2		45
Woordenlijst		
Bijlage 1	Interne analyse	
Bijlage 2	Onderzoek	
Bijlage 3	Vaartpeiling	

Samenvatting

Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland wil als beheerder van de Zuid-Hollandse wateren de veiligheid op de rivieren waarborgen en waar mogelijk verbeteren. Het waarborgen en het verbeteren van de veiligheid wordt mede mogelijk gemaakt door de vaarweggebruikers. Om tot een hoger veiligheidsniveau te komen zal de interactie tussen beroeps- en recreatievaart moeten worden verbeterd. Communicatie en voorlichting zal hierbij een grote rol spelen. Hiertoe heeft Rijkswaterstaat een onderzoek laten uitvoeren.

De centrale onderzoeksvraag luidt als volgende:
Hoe kan communicatie bijdragen aan het verbeteren van de interactie tussen beroeps- en recreatievaart?

Veiligheid en vlotheid van het scheepvaartverkeer zijn al decennia lang de belangrijkste parameters voor het vaarwegenbeleid. Het voorkómen van conflicten tussen beroeps- en recreatievaart, met name op de hoofdtransportassen, is een belangrijk aandachtspunt. Uit onderzoek¹ blijkt dat het relatief veilig is op de Nederlandse hoofdvaarwegen en als er problemen voordoen, dan is dat waar beroeps- en recreatievaart 'in elkaars vaarwater zitten'. Dit doet zich met name voor bij het gezamenlijk gebruik van beweegbare bruggen en van sluisen en op kruisingen/splitsingen. De onveiligheid op het water wordt ook mede veroorzaakt door onoplettendheid en gebrek aan ervaring in complexe situaties bij recreatievaarders en door onvoldoende kennis van de (voorrang)regels. Hoewel er relatief weinig (bijna-) aanvaringen op het water gebeuren mag uit de reacties niet worden afgeleid dat geen additionele maatregelen nodig zijn.

Daarna heb ik een omgevingsanalyse gemaakt om inzicht te krijgen in de belanghebbenden in dit project. Voor dit project is een projectgroep opgesteld bestaande uit twee belanghebbenden voor de recreatievaart, ANWB en KNWV, één belanghebbenden voor de beroepsvaart Koninklijke Schuttevaer, en twee belanghebbenden voor de recreatie- en beroepsvaart, Directoraat-Generaal Goederenvervoer en Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland.

Tot slot heb ik een afnemersanalyse gemaakt om inzicht te krijgen in de doelgroep. De doelgroep van het strategisch communicatieplan bestaat uit de beroepsvaart en de recreatievaart. De beroepsvaart is onder te verdelen in verschillende deelmarkten waarvan we erop vier gaan richten: containers, droge bulk, duwvaart en tankvaart. De andere deelmarkten komen niet of te weinig voor in het beheersgebied van Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland.

De recreatievaart is onder te verdelen in drie groepen: recreatievaart, recreatietoervaart en sportrecreatievaart.

¹ P. de Ridder, (2002), p. 6.

De communicatiedoelstellingen zijn op drie niveaus beschreven, cognitief, affectief en conatief. Hieronder zijn kort de communicatiedoelstellingen weergegeven.

Cognitief

Gedurende de voorlichtingscampagne willen wij een spontane bekendheid van 40% bij de recreatievaart en 15% bij de beroepsvaart. Hierbij willen we een spontane campagne bekendheid van 30% bij de gehele communicatiedoelgroep.

Na een jaar tijd willen wij een geholpen bekendheid hebben van 55% bij de recreatievaart en 30% bij de beroepsvaart. Voor de gehele communicatiedoelgroep geldt een percentage van 45%.

Affectief

Als gevolg van de voorlichting willen wij dat 55% van de beroeps- en recreatievaart een positieve houding heeft ten opzichte van elkaar. Voor degene die voorgelicht zijn geldt een percentage van 50% en van onze communicatiedoelgroep 70%. Deze mensen zijn dan ook overtuigd door de voorlichting en zien in dat het bijdraagt aan hun veiligheid.

Conatief

Binnen 6 maanden dient 50% van de beroeps- en recreatievaart, die een positieve houding heeft ten opzichte van het project, meerdere malen de andere doelgroep positief te hebben benaderd.

De kernboodschap die we mee willen geven aan beide doelgroepen is: *"Varen? Dat doe je samen!"*. De boodschap willen we verwoorden via de huidige middelen. De huidige middelen bestaan uit het internet, tijdschriften, tv, beurzen, kranten etc. Daarnaast zal er een folder worden uitgebracht met de belangrijkste regels en wetenswaardigheden voor beroeps- en recreatievaart. Er zal een placemat in A4 formaat ontworpen worden die op te bergen is een ordner. De placemat krijgt een geplastificeerde antislip laag waardoor de recreatievaarder en de beroepsvaarder de placemat kunnen gebruiken onder het varen. Daarnaast zullen er nog meer gebruiksvoorwerpen worden bedrukt met de boodschap en verspreid worden.

Om de boodschap over te brengen willen we de rol van de opinieleider en de beïnvloeder gebruiken. In de binnenvaart zal de opinieleider en de beïnvloeder de rest van de scheepvaart beïnvloeden. In de recreatievaart zal de beïnvloeder de groep kunnen bereiken die niet aangesloten is bij een vereniging of in een jachthaven ligt.

De belangrijkste conclusies die getrokken kunnen worden uit de afgenomen interviews zijn dat het tijdschrift de Waterkampioen en de krant de Schuttevaer het meest gelezen worden onder de recreatievaarders. De Binnenvaartkrant, Scheepvaartkrant en de Schuttevaer worden onder de beroepsvaarders het meest gelezen. Magazine binnenvaart wordt als tijdschrift het meest gelezen onder de beroepsvaart.

Omdat de binnenvaartschipper weinig leest zijn beelden van groot belang.

1 Inleiding

In de bijlage wordt een algemeen beeld geschetst van de organisatie waarbij deze afstudeeropdracht wordt uitgevoerd.

Bij de beschrijving van de onderzoeksopzet komen een aantal elementen aan de orde. In paragraaf 1.1 wordt de aanleiding van het onderzoek beschreven en aansluitend in paragraaf 1.2 en 1.3 de probleemstelling en de doelstelling van het onderzoek.

1.1 Aanleiding tot het onderzoek

Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland is van mening dat bij een ongewijzigd beleid het risico van confrontaties tussen beroepsvaarders en recreatievaarders zal toenemen. Dit zou komen door het groter worden van het aantal recreatievaarders en de schaalvergroting (gemiddeld laadvermogen per schip groeit) in de binnenvaart. Het is dus noodzakelijk om op korte termijn verbetering in de externe veiligheid (hoe is de houding tegenover andere vaarweggebruikers) van beroepsvaarders en recreatievaarders te krijgen.

Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland wil tot een verbetering komen van de interactie tussen beroeps- en recreatievaart om tot een hoger veiligheidsniveau te komen. Om te kijken of er mogelijkheden zijn met betrekking tot communicatie zal er een onderzoek worden gedaan. Hierin worden communicatievormen en de toepassingsmogelijkheden en de inzetbaarheid onderzocht. Dit communicatieplan draagt bij aan het voorkomen van ongelukken en zal als een preventieve maatregel moeten worden gezien.

Door toenemende interactie van beroeps- en recreatievaart zullen veiligheidsaspecten meer belang krijgen. Extra aandacht voor voorlichting is noodzakelijk om de verkeersdeelnemers bewust te maken. Meer structurele oplossingen worden gezocht in een fysieke onderscheiding van het hoofdvaarwegennet en het BRTN-net, Beleid Recreatie en Toervaart in Nederland, en in gescheiden schutten. Voor sommige gebieden zou het goed zijn om de beroeps- en recreatievaart te zoneren (naar plaats en/of tijd), waardoor er meer ruimte komt voor uitbreiding van de sector waterrecreatie. Wat betreft de interactie met de beroepsvaart kan schaalvergroting en toenemende tijdsdruk leiden tot het ontstaan van meer gevaarlijke punten.

Verwacht² wordt dat de huidige ontwikkelingen (uitgebreidere en intensievere verkeersbegeleiding, meer navigatie ondersteunende hulpmiddelen, aanvaringsdetectie en alarmering, gedeeltelijk automatisering van de vaartaak) de toename van de risico's van het vervoer over water zullen beperken.

1.2 Probleemstelling

Om de interactie tussen beroeps- en recreatievaart te verbeteren zullen beide groepen zich in elkaar moeten kunnen verplaatsen. Beide groepen moeten op de hoogte zijn van elkaars tekortkomingen. Hoe er naar beide

² Waterverkenning 'Recreatie tussen wal en schip'

doelgroepen gecommuniceerd zal worden en via welk medium zal in de volgende hoofdstukken aan bod komen.

De probleemstelling van mijn opdracht is:
Hoe kan communicatie bijdragen aan het verbeteren van de interactie tussen beroeps- en recreatievaart?

Dit leidt tot de volgende opdracht:
Stel een communicatieplan op dat tot doel heeft bij te dragen aan het verbeteren van de interactie tussen beroeps- en recreatievaart.

Het begrip interactie wordt omschreven als het volgende:
Het omgaan met andere deelnemers op het water op een goede en respectvolle manier.

Om deze vraag te kunnen beantwoorden moeten er eerst een aantal andere vragen worden beantwoord:

- Hoe is de interactie tussen beroeps- en recreatievaart op het moment op communicatie niveau?
- Welke media worden er al ingezet?
- Wat voor effect hebben deze media (gehad)?
- Welke communicatiemiddelen worden er gebruikt door de beroepsvaart en recreatievaart?

1.3 Doelstelling

De doelstellingen van het communicatieplan:

- Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland is op de hoogte hoe beroeps- en recreatievaart bereikt kunnen worden;
- Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland kan aan de hand van het strategisch communicatieplan verschillende media in gaan zetten om de interactie te verbeteren tussen beroeps- en recreatievaart;
- Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland krijgt advies hoe zij de verschillende media en middelen op de meest effectieve manier in kunnen zetten.

1.4 Werkwijze van het onderzoek

Het onderzoek is in een aantal fasen uitgevoerd. Hieronder is per fase een beschrijving gegeven:

Fase 1: Introductie

In de beginfase van het onderzoek is de nadruk gelegd op de kennismaking met, en het in kaart brengen van het beleid en de structuur van RWS in het algemeen en de afdeling AVS specifiek. Er werd een plan van aanpak geschreven en een bedrijfsinformatieverslag.

Fase 2: Informatie winning

In deze fase is gestart met desk research. Ik heb de reeds aanwezige informatie op de afdeling AVS bestudeerd Deze informatie bestond voornamelijk uit rapporten over beroeps- en recreatievaart en onderzoeksrapporten die in het verleden hebben plaatsgevonden.

De internetsites voor beroeps en recreatievaart hebben een grote bijdrage geleverd aan het geven van informatie.

Een belangrijke rol in deze fase waren de persoonlijke gesprekken met projectmedewerkers (ANWB, KNWV en Schuttevaer), medewerkers binnen RWS, Bureau Voorlichting Binnenvaart, recreatievaarders en binnenvaartschippers. De selectie van de mensen die ik heb geïnterviewd, is gebaseerd op eigen inzicht en op aanraden van medewerkers binnen RWS en van de afdeling AVS. De visie en informatie voortgekomen uit de vraaggesprekken kunnen als zeer waardevol worden beschouwd.

Fase 3: Informatieverwerking

In deze fase wordt de informatie die is ingewonnen verwerkt in een strategisch communicatieplan. Dit strategisch communicatieplan bevat advies over inzetten van communicatiemiddelen om de beroeps- en recreatievaart te bereiken.

Fase 4. Afronding

Aan de hand van het strategisch communicatieplan zal ik de belangrijkste informatie en de daaruit voortgekomen adviezen naar voren lichten in het hoofdstuk conclusie en adviezen.

2 Missie en marktdefinitie

2.1 Missie Rijkswaterstaat

Vertrouwd met water, vooruitstrevend in verbindingen
Nederland duurzaam beschermen tegen water en zorgen voor veilige verbindingen van internationale kwaliteit

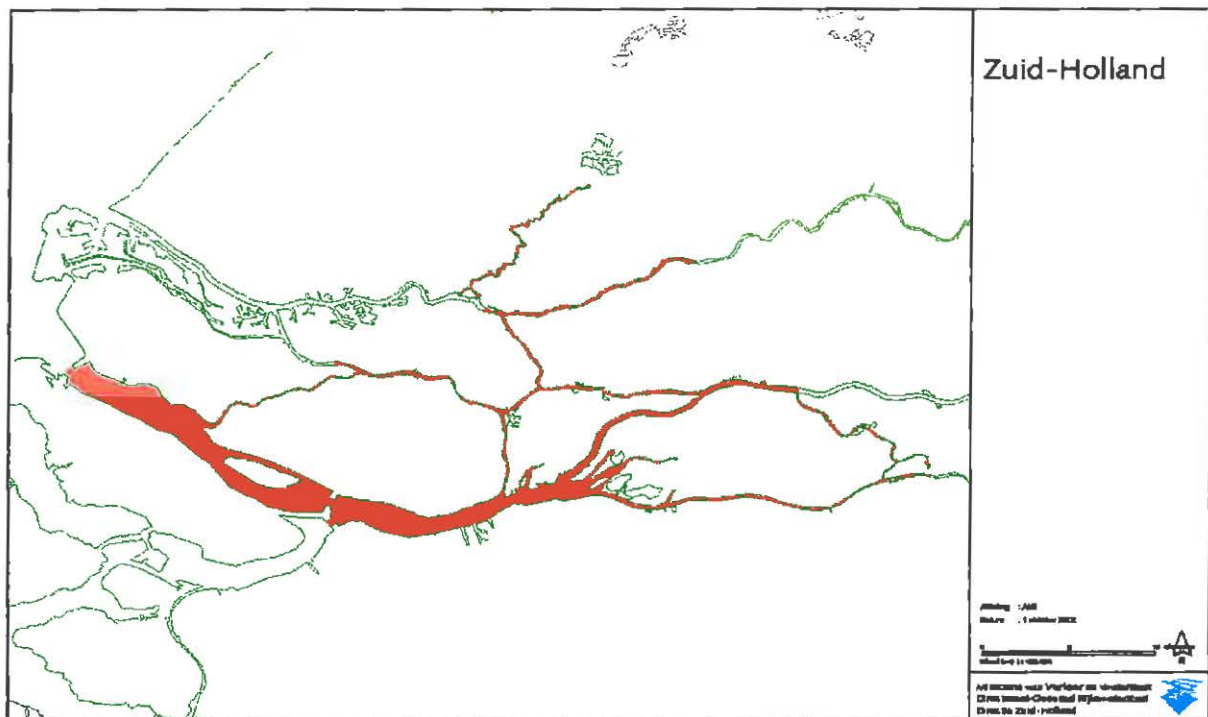
2.2 Positionering

Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland streeft naar een goed verloop van het verkeer op het water en het waarborgen van de veiligheid.

Afbakening

De vaarwegen worden gebruikt door het scheepvaartverkeer van en naar de mainport Rotterdam. Daarnaast zijn ook de zeehavens van Dordrecht en Moerdijk via deze vaarwegen bereikbaar en worden de vaarwegen gebruikt voor het achterlandvervoer van/naar België en Duitsland.

Tot het beheergebied behoren de volgende vaarwegen, welke vallen onder het nautische beheer van de Directie Zuid-Holland: Afgedamde Maas, Heusdens Kanaal, Bergsche Maas, Amer, Nieuwe Merwede, Hollandsch Diep, Haringvliet, Boven Merwede, Beneden Merwede, Noord, Nieuwe Maas, Lek, Hollandsche IJssel, Spui/Beningen, Oude Maas, Dordtsche Kil.



Figuur 3.1 Beheersgebied Zuid-Holland

2.3 Afnemersgroepen

De belangrijkste afnemersgroepen voor dit project van Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland bestaan uit de beroeps- en de recreatievaart. Deze zijn beide weer onder te verdelen in verschillende groepen. Deze zijn verder uitgewerkt bij de afnemersanalyse.

2.4 Marktdefinitie

Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland (de natte afdeling) voert het beheer en het onderhoud van de Rijkswateren uit in het Benedenrivierengebied (bodems, oevers, vaarwegen en kunstwerken). Daarbij voert Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland het nautische beheer uit ten einde het scheepvaartverkeer veilig en vlot te laten verlopen. Daarnaast worden activiteiten van derden in, op en langs bedoelde wateren gereguleerd en wordt er opgetreden bij calamiteiten.

2.5 Concurrentie

Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland valt onder het Ministerie van Verkeer & Waterstaat en ondervindt geen concurrentie. Concurrentie is in het strategisch communicatieplan ook niet van belang.



Figuur 2.1 Een kempenaar (50 meter) ligt naast de Jowi (135 meter)

3 Huidige situatie

Veiligheid en vlotheid van het scheepvaartverkeer zijn al decennia lang de belangrijkste parameters voor het vaarwegenbeleid. Het voorkómen van conflicten tussen beroeps- en recreatievaart, met name op de hoofdtransportassen, is een belangrijk aandachtspunt. Uit onderzoek blijkt dat het relatief veilig is op de Nederlandse hoofdvaarwegen en als er problemen voordoen, dan is dat waar beroeps- en recreatievaart 'in elkaars vaarwater zitten'. Dit doet zich met name voor bij het gezamenlijk gebruik van beweegbare bruggen en van sluizen en op kruisingen/splitsingen. De onveiligheid op het water wordt ook mede veroorzaakt door onoplettendheid en gebrek aan ervaring in complexe situaties bij recreatievaarders en door onvoldoende kennis van de (voorrang)regels. Hoewel er relatief weinig (bijna-) aanvaringen op het water gebeuren mag uit de reacties niet worden afgeleid dat geen additionele maatregelen nodig zijn.

De belangrijkste conclusie uit het Terp-onderzoek 2000³ is dat de aanwezigheid van elkaar, de recreatie- en beroepsvaart, op de hoofdvaarwegen nauwelijks een probleem vormt voor de beroeps- en recreatievaart en hooguit soms als hinderlijk wordt ervaren.

Opvallend daarbij is de grote mate van begrip dat door de beroepsvaarders opgebracht wordt. Het (economisch) belang van de aanwezigheid van recreatievaart wordt algemeen erkend. Gepleit wordt vanuit de beroepsvaarders voor wederzijds begrip, geven en nemen op redelijke wijze, naast het in acht nemen van een aantal essentiële regels. Daarnaast wordt door de beroepsvaarders gehamerd op de noodzaak van het geregeld achterom kijken door de recreatievaarder.

Ruim⁴ negentig procent van de binnenvaartschippers houdt zich prima aan de regels. Ze varen niet te hard, houden rekening met andere vaarwatergebruikers en proberen het de medegebruikers van het water zo makkelijk mogelijk te maken. De overige tien procent is een ander verhaal. "Die veroorzaken golfslagbewegingen, versterken de aanzuigende werking die van een schip uitgaat en zorgen voor problemen.

Beroepsvaarders beschikken over een ervaring van vaak tientallen jaren. De keerzijde hiervan is dat kennis van reglementen alleen in de dagelijkse praktijk up-to-date gehouden worden.

De meeste slachtoffers bij scheepsongevallen vallen onder de recreatievaarders. De groei van de recreatievaart zal extra aandacht vragen voor de veiligheid op het water.

De ontwikkeling van de recreatievaart in de laatste jaren is verminderd. De vakantie brengt men eerder door in het buitenland en de boot wordt vooral gebruikt om er enkele weekenden op door te brengen. Zodoende is er veel sprake van grote drukte op het water in de weekenden en in de periode tussen Hemelvaartsdag en Pinksteren⁵. Ook voor andere vormen van recreatietoervaart zijn dit de belangrijkste momenten.

³ Terp-adviesrapport (2000), p.1.

⁴ Scheepvaartkrant (2003), p.7.

⁵ Watervakantie 'Recreatie tussen wal en schip'

Ongelukken⁶ worden doorgaans veroorzaakt door ondeugdelijk materiaal (brandstof, elektriciteit) of door onoplettendheid en inschattingfouten. Vanuit de overheid, verzekeringsmaatschappijen, verhuurders en watersportorganisaties worden eisen gesteld voor bepaalde typen boten en soms ook aan de kwalificaties van de gebruikers. Verder heeft de Beleidsvisie Recreatie Toervaart Nederland bij de hoofdverbindingssassen⁷ parallelroutes aangegeven voor de toervaart.

Vanuit de beroepsvaart en recreatievaart is voorlichting wenselijk om de veiligheid op het water te verhogen, waarbij gedifferentieerd moet worden naar vaargebied.



Figuur 3.1 Zeilschepen in een Rotterdamse jachthaven

⁶Stichting Recreatietoervaart Nederland (2000), p. 40.

⁷ Zie woordenlijst

4 Omgevingsanalyse

Voor de omgevingsanalyse zijn twee partijen belangrijk, beroepsvaart en recreatievaart. Deze partijen worden vertegenwoordigd door belanghebbenden. De belanghebbenden voor de recreatievaart zijn de ANWB en de KNWV. Een belanghebbende uit de Beroepsvaart is Koninklijke Schuttevaer. Beide groepen worden vertegenwoordigd door Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland en Directoraat-Generaal Goederenvervoer.

De relatie tussen de drie partijen zal hieronder verder worden toegelicht. Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland (RWS) is verantwoordelijk voor het onderhoud en beheer en aanleg van de hoofdinfrastructuur. De beroepsvaart heeft te maken met de regelgeving (en de controle daarop) dat door Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland opgelegd is. Directoraat-Generaal-Goederenvervoer maakt het beleid dat door RWS wordt uitgevoerd. RWS begeleidt de scheepvaart door middel van verkeersmanagement.

De recreatievaart heeft hetzelfde verband met de RWS als de beroepsvaart. Ze moeten zich houden aan de regelgeving (en de controle daarop) die is opgelegd door RWS. Het verband tussen de beroepsvaart en recreatievaart is alleen aanwezig wanneer zij elkaars vaarwater kruisen. Het water is voor beide partijen.

De belanghebbenden hebben een gezamenlijk doel: Het verbeteren van de interactie tussen beroeps- en recreatievaart. Hieronder is kort weergegeven wie de belanghebbenden zijn en wat voor belang ze hebben bij de uitvoering van het project.

4.1 Recreatievaart

4.1.1 ANWB

Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB (voorheen Algemene Nederlandse Wielrijders Bond) heeft als doelstelling de behartiging van de belangen van haar leden op het gebied van recreatie, toerisme, verkeer en vervoer. Onder recreatie en toerisme vallen ook waterrecreatie en watertoerisme. Hoewel de ANWB gestart is als wielrijdersbond houdt de ANWB zich sinds 1905 ook bezig met de vrijetijdsbesteding op het water. De uitgave van de Waterkampioen, de Wateralmanak deel 1 en 2 en waterkaarten zijn daarvan duidelijke voorbeelden. Daarnaast heeft de ANWB al bijna een eeuw lang op de bres gestaan voor de belangen van de waterrecreant. De ANWB is van mening dat Nederland unieke mogelijkheden bezit voor waterrecreatie en watertoerisme en daar moet zo goed mogelijk gebruik van kunnen worden gemaakt.

De Nederlandse wateren zijn echter niet alleen van belang voor vrijetijdsbesteding, maar ook voor het vervoer van personen en goederen. Met name door de schaalvergroting en de toenemende intensiteit van het beroepsverkeer op de Nederlandse wateren neemt al vele jaren de spanning tussen beroeps- en recreatievaart toe. Aangezien de vaarwegen voor de beroepsvaart ook een belangrijk onderdeel zijn van het (officiële) recreatietoernet moet er voor gezorgd worden dat beroeps- en recreatievaart samen van dit vaarwegennet gebruik kunnen (blijven) maken zonder dat dit tot gevaarlijke of hinderlijke situaties leidt. Als belangenbehartiger van de recreatievaart wil de ANWB zich daar graag voor inzetten samen met andere organisaties en de overheid. Voorlichting

in de vorm tijdschriftartikelen, brochures, kaarten en almanakken, maar ook (vaarbewijs) cursussen en keuring van schepen zijn middelen daarbij.

4.1.2 KNWV

Het KNWV (Koninklijke Nederlandse Watersport Vereniging) is de overkoepelende organisatie van de watersportverenigingen in Nederland. In totaal kent het KNWV zo'n 500 leden verenigingen met allerlei soorten watersporters. Het aantal leden van die 500 verenigingen bedraagt ruim 105.000. De Noord Nederlandse Watersport Bond (NNWB) is de overkoepelende organisatie van de verenigingen in het noorden van het land. De leden van de NNWB (95 verenigingen met zo'n 17.000 leden) zijn bij het KNWV ledenaantal inbegrepen.

Het KNWV is dé vertegenwoordiger van de watersport. Belangenbehartiging en wedstrijdvaart zijn de twee hoofdtaken. Het ondersteunen en adviseren van de aangesloten verenigingen wordt daarnaast steeds belangrijker. Tot slot kunnen de leden van de aangesloten verenigingen, exclusief of met korting, profiteren van een aantal producten en diensten van het KNWV. Het blad Watersport Magazine, dat acht maal per jaar gratis aan de leden van de verenigingen wordt verstuurd is een belangrijke bron van informatie voor elke watersporter.

Belangenbehartiging is ervoor zorgen dat er, nu en in de toekomst, kan watersporten! Zo zorgt het KNWV er bijvoorbeeld voor dat vaarwegen openblijven voor de pleziervaart. Belangenbehartiging doet het KNWV voor toervaarders en wedstrijdvaarders, zeilers, motorbootvaarders en windsurfers. Dit doet het KNWV op internationaal, nationaal, regionaal en in samenspraak met de verenigingen op lokaal niveau.

4.2 Beroepsvaart

4.2.1 Koninklijke Schuttevaer

De Koninklijke Schuttevaer behartigt al meer dan 150 jaar namens de beroepsbinnenvaart de belangen op nautisch technische zaken en de natte infrastructuur voor de binnenvaart.

In de praktijk betekent dit: meer invloed op het vaarwegenbeleid en de -budgetten; zorg voor tijdig onderhoud aan vaarwegen, kunstwerken, verruiming en verdieping van vaarwegen en havens, optimale bediening van sluizen en bruggen, voldoende lig-, wacht- en overnachtingplaatsen en de inrichting daarvan. Ook geeft de Koninklijke Schuttevaer bijstand aan de individuele binnenvaartondernemer bij problemen op nautisch- technisch gebied. De doelstelling van Schuttevaer is, het vanuit de visie van de vaarweggebruiker, bevorderen van een veilig en vlot scheepvaartverkeer op het internationaal bevaarbare Europese vaarwegennet. Dit door bij te dragen aan doelmatige wet- en regelgeving op nautisch-technisch gebied en het pleiten voor het beschikbaar stellen van een adequate infrastructuur waarmee wordt bijgedragen aan de vanuit milieu en maatschappelijk oogpunt noodzakelijke groei van het goederenvervoer over water.

4.3 Directoraat-Generaal Goederenvervoer

Het Directoraat-Generaal Goederenvervoer is voor beroeps- en recreatievaart een belangrijke organisatie. Het Directoraat-Generaal Goederenvervoer is een onderdeel van het Ministerie van Verkeer en Waterstaat en is gericht op het bevorderen van een efficiënt, veilig en duurzaam goederenvervoersysteem in het belang van de welvaart en het

welzijn van de Nederlandse samenleving. Dit betreft zowel het vervoer van goederen over land als over water.

Een belangrijke doelstelling van het Directoraat-Generaal Goederenvervoer is het bevorderen van het veilig vervoer van goederen. Het beleid voor veilig goederenvervoer richt zich op de veiligheid van goederenvervoer over weg, spoor en water (interne veiligheid) en op de veiligheid van de vervoersomgeving (externe veiligheid). Hiervoor worden maatregelen ontwikkeld en onderhouden voor vervoermiddelen, verkeersdeelnemers, verkeersmanagement, ladingbehandeling en infrastructuur, waaronder de inrichting van transportlocaties/emplacementen.

De veiligheid van het goederenvervoer in Nederland verhoudt zich positief ten opzichte van het buitenland. Echter, blijvende aandacht is vereist om de veiligheid te blijven bevorderen. Dit is van belang vanwege de ontwikkelingen die een negatieve invloed op de veiligheid kunnen hebben, zoals het toenemende gebruik van de weg-, spoor- en vaarwegeninfrastructuur door zowel het goederen- als het personenvervoer.

4.3.1 Veiligheid op het water (zeevaart en binnenvaart)

De interne veiligheid van het vervoer over water in Nederland staat op een hoog niveau, maar dat niveau komt steeds sterker onder druk te staan door de toename van het vervoersvolume, met name door de groei van het containervervoer in zowel de zeevaart als de binnenvaart. Gezien de (toenemende) grootte van de schepen ligt het belang van interne veiligheid vooral in het terugdringen van het risico van het optreden van grote ongevallen. Deze kunnen effecten hebben, zowel op het water als voor de omgeving, waardoor een sterke koppeling met externe veiligheid bestaat.

Het beleid van het Directoraat-Generaal Goederenvervoer is erop gericht het bestaande veiligheidsniveau op zee en binnenwater wat betreft het aantal ongevallen met significante gevolgen (doden, gewonden en grote schade) in het jaar 2010 ten opzichte van 1998 te handhaven. Naast handhaving van het huidige beleid vergt dit stelselmatig onderhoud aan en optimalisering van bestaande veiligheidsvoorzieningen, zoals verkeersbegeleidende-, plaatsbepalings- en vaarwegmarkeringssystemen, en stelselmatige monitoring en evaluatie van (de effecten van) het bestaande beleid. Dit ook mede gezien de potentiële gevolgen van scheepvaartongevallen voor de omgeving (externe veiligheid).

In de komende jaren zullen initiatieven worden genomen gericht op verdere stroomlijning van het gebruik van vaarwegen en ondersteuning van een veilige en vlotte verkeersdeelneming. Deze initiatieven zullen, gebruikmakend van technologische ontwikkelingen inzake ICT en scheepsuitrusting, tot een betere benutting van het bestaande vaarwegennet moeten leiden, maar ook tot een verhoging van de effectiviteit en efficiency van bestaande verkeersmaatregelen.

5 Doelgroepanalyse

Allereerst⁸ zal moeten worden vastgesteld wat voor de beroepsvaarder en de recreatievaarder de belangrijke voordelen van de voorlichting zijn. Welke psychologische waarde wordt aan de voorlichting toegekend.

Er zal ook informatie worden verzameld over het keuzeprocess. Bestaan de vaarweggebruikers uit trouwe gebruikers of uit vaarweggebruikers die het water op gaan zonder over enige kennis te beschikken over varen. Het is ook belangrijk de betrokkenheid van de vaarweggebruiker vast te stellen. Vaart het schip geregeld op de hoofdtransportassen of vaart het schip alleen op de vaarwegen waar de beroepsvaart niet komt.

Het introduceren van de voorlichting heeft als doel een prettiger en veiliger verloop op het water te creëren. Het accent van de communicatie zal liggen op het gevoel van de vaarweggebruikers. De beroepsvaarder heeft meer inzicht in wat de recreatievaarder gaat doen en dit geldt ook voor de recreatievaarder. De recreatievaarder zal zich veiliger voelen en zo ontspannen genieten van hun vrije tijd.

5.1 Beroepsvaart

De beroepsvaart bestaat uit verschillende deelmarkten:

- Containers
- Droge bulk
- Duwvaart
- Tankvaart
- Sleepvaart- en bijzondere transporten
- Passagiersvaart
- Veerdiensten/ Ro-Ro
- Zeevaart
- Chartervaart
- Visserij
- Patrouillevaart

We zullen ons richten op de volgende vier deelmarkten: containers, droge bulk, duwvaart en tankvaart. De beroepsvaart is vaak niet goed op de hoogte van wat de recreatievaarder gaat doen. Hierdoor ontstaan er onzekere situaties op de vaarwegen. Door irritatie tegenover de recreatievaart wil de beroepsvaarder nog wel is aanzetten tot roekeloos gedrag ten opzichte van de recreatievaarder. Hierdoor ontstaat er wederzijdse irritatie.

De beroepsvaart is een vrij gesloten groep en daardoor moeilijk bereikbaar. Ze leven op een 'eiland' en krijgen daardoor weinig mee van de ontwikkelingen van de maatschappij buiten de scheepvaart.

5.1.1 Algemeen niveau

- Geografische kenmerken*
- Wonen op het water
- Varend in de regio Zuid-Holland
- Komen in aanraking met recreatievaart

⁸ K. Alsem (2000) p. 99.

Socio-economische kenmerken
Man en vrouw eventueel kinderen (familiebedrijf)
Bemanningschepen
Leeftijd 20 jaar tot en met 65 jaar
Opleiding geen tot hbo

Psychografische kenmerken
Interesse in varen
Conservatief

Levensstijl
Weinig vrije tijd
In vrije tijd wordt de familie bezocht
Werk gaat meestal voor ontspanning
Belangstelling politiek
Geld verdienen zodat men luxe zaken kan kopen

5.1.2 Domeinspecifiek niveau

De beroepsvaart is hoog betrokken bij vervoer over water. De gewenste product- en diensteigenschappen hebben direct betrekking op het varen. Producten moeten bruikbaar, overzichtelijk en duidelijk zijn. De beroepsvaart leest alleen die media die gerelateerd is aan de binnenvaart.

5.1.3 Vaarweggebruik

Voordat mensen kunnen werken in de beroepsvaart dienen zij over bepaalde diploma's te beschikken. Iedere beroepsvaarder heeft dus kennis van de regelgeving op de vaarwegen. Onderscheid tussen zwaar en licht vaarweggebruik is niet te onderscheiden in de beroepsvaart.

5.2 Recreatievaart

De doelgroep recreatievaart is onder te verdelen in de volgende groepen:

Recreatievaart
Recreatietoervaart
Sportrecreatievaart

Recreatievaart

Een vorm van waterrecreatie waarbij gebruik wordt gemaakt van een pleziervaartuig.

Recreatietoervaart

Onder een toervaarder wordt verstaan; iemand die met een eigen of gehuurde kajuitboot (motorboot, motorsailer of zeilboot), een meerdaagse tocht maakt en daarbij minimaal één nacht doorbrengt buiten de vaste ligplaats van de boot.

Watersport

Een vorm van waterrecreatie waarbij gebruik wordt gemaakt van een pleziervaartuig en daarmee een sport uitoefent

De drie bovengenoemde doelgroepen varen in hun vrije tijd en beoefenen hun beroep uit aan de wal.

De recreatievaart is alleen te bereiken in het seizoen dat loopt van april tot en met oktober. Alle communicatie uitingen zullen dan ook plaatsvinden in het seizoen.

5.2.1 Algemeen niveau recreatievaart

Geografische kenmerken

Wonen voor het grootste deel van het jaar aan de wal
Varen in hun vrije tijd
Varen in de regio Zuid-Holland
Kruisen geregeld hoofdtransportassen

Socio-economische kenmerken

Twee verdieners
Gezinnen
Vrijgezellen
Langer getrouwd, geen inwonende kinderen meer
Leeftijd 20 jaar en ouder
Inkomen modaal of hoger
Opleiding havo en hoger

Psychologische kenmerken

Interesse in varen
Interesse in cultuur/sport
Eigen uiterlijk
Media
Kleding
Gezondheid
Status

Levensstijl

Vrije tijd wordt zo veel mogelijk doorgebracht op het water
Belangstelling voor de samenleving
Belangstelling voor hobby's
Genieten van het leven

5.2.2 Domeinspecifiek niveau recreatievaart

Een deel van de recreatievaart is hoog betrokken bij de scheepvaart. De gewenste product- en diensteigenschappen hebben direct betrekking op de hobby. De producten moeten duidelijk, informatief en makkelijk bruikbaar zijn.

5.2.3 Vaarweggebruik recreatievaart

De recreatieve vaarweggebruiker kan men segmenteren naar zware, gemiddelde en lichte gebruikers, nieuwe gebruikers, potentiële gebruikers, ex-gebruikers en niet-gebruikers.

Zware gebruiker

De zware gebruiker is zeer vaak te vinden op het water en is hoog betrokken met de scheepvaart. Door de hoge betrokkenheid beschikt de zware gebruiker over verschillende vaardiploma's en is op de hoogte van de regelgeving op de Nederlandse binnenwateren. De zware gebruiker zal ook veel media lezen die gerelateerd is aan scheepvaart.

Gemiddelde gebruiker

De gemiddelde gebruiker bevindt zich geregeld op de Nederlandse binnenwateren. De gemiddelde gebruiker is betrokken bij het varen en bezit verschillende vaardiploma's en leest geregeld informatie die gerelateerd is aan scheepvaart.

Lichte gebruiker

De lichte gebruiker heeft een lage betrokkenheid en is weinig te zien op de Nederlandse binnenwateren. De lichte gebruiker bezit bijna of geen vaardiploma's en bezit bijna of geen kennis van de regelgeving op de Nederlandse binnenwateren.

Nieuwe gebruiker

De nieuwe gebruiker komt voor het eerst op de Nederlandse binnenwateren. De nieuwe gebruiker zal niet op de hoogte zijn van de regelgeving tenzij zij hun klein vaarbewijs hebben behaald. De nieuwe gebruiker heeft wel interesse in de scheepvaart en zal bepaalde media lezen die hieraan is gerelateerd.

Potentiële gebruiker

De potentiële gebruiker is nog niet te vinden op de Nederlandse binnenwateren maar zal zich in de toekomst wel op het water bevinden. De potentiële gebruiker is betrokken bij de scheepvaart en zal zich van tevoren inlezen in de regelgeving voor de scheepvaart.

Ex-gebruikers

De ex-gebruiker is niet meer te vinden op de Nederlandse binnenwateren maar is nog steeds betrokken met de scheepvaart. De ex-gebruiker is zeer geïnteresseerd en is op de hoogte van de regelgeving.

Niet-gebruikers

Niet-gebruikers zijn niet geïnteresseerd maar kunnen in de toekomst wel interesse krijgen en tot aankoop van een recreatievoertuig overgaan.

5.3 Rollen in het beslissingsproces

5.3.1 Beroepsvaart

Binnen de beroepsvaart zullen we ons vooral moeten richten op de initiator. Deze zal het goede voorbeeld geven aan de rest van de beroepsvaart. Hierin zit ook een beïnvloedingsrol. De voorlichting zal bekend moeten worden en mee worden genomen in de overwegingbeslissing.

5.3.2 Recreatievaart

Omdat er een grote groep binnen de recreatievaart is die niet bereikt kan worden door folders, reclame etc. zullen we vooral de rol van de beïnvloeder moeten gebruiken om de niet bereikbare groep proberen te bereiken. Onder de beïnvloedingsrol valt de zware, gemiddelde en de potentiële gebruiker.

De betrokkenheid van de beroepsvaarders is in veel gevallen niet zo groot als het niet direct betrekking heeft op de scheepvaart. Beroepsvaarders bestuderen niet aandachtig de communicatie-uitingen die ze onder ogen krijgen. Ze zitten vaak passief voor de beeldbuis of bladeren ongeïnteresseerd in een tijdschrift. Advertenties moeten daarom opvallen om gezien te worden.

6 Boodschap

De boodschap bestaat uit de propositie en de toonzetting. De propositie is: *Varen? Dat doe je samen!* Dit verwoordt de boodschap die we mee willen geven aan beide doelgroepen. Indien de interactie tussen de beroeps- en recreatievaart verbeterd wordt zal het resulteren in een ontspanner gevoel op de vaarwegen, minder kans op ongelukken en wat zorgt voor een verhoging van de veiligheid. Beide doelgroepen kunnen met meer plezier varen op de drukke vaarwegen.

De toonzetting is informatieel en duidelijk. De beroeps- en recreatievaart worden geïnformeerd over elkaars tekortkomingen. De boodschap moet duidelijk verwoord worden.

De interesse van de beroeps- en recreatievaart als zowel de beroepsvaart zodanig op elkaar afstemmen dat er wederzijds voordeel ontstaat. Hierbij zal er een gedragsverandering moeten plaatsvinden bij de beroeps- en recreatievaart. Het water is voor iedereen.

6.1 Beroepsvaart

Beroepsvaarders beschikken over een ervaring van vaak tientallen jaren. De keerzijde hiervan is dat kennis van reglementen alleen in de dagelijkse praktijk up-to-date gehouden wordt.

De subboodschap gericht aan de beroepsvaarder is: Samen veilig varen door de theoretische kennis up-to-date te houden, houdt rekening met elkaar op het water en help elkaar.

6.2 Recreatievaart

De recreatievaart is onder te verdelen in twee groepen. De eerste groep is op de hoogte van alle regels die gelden op de Nederlandse vaarwegen. De tweede groep beschikt niet over de kennis en de ervaring op het water. We zullen ons moeten richten op de groep die wel op de hoogte is van de regels. Deze groep zal als beïnvloeder moeten fungeren en de 'andere groep' attenderen op hun gebrek aan kennis en ervaring.

De subboodschap gericht aan de recreatievaarder is: Samen veilig varen door op de hoogte te zijn van de regels, houdt rekening met elkaar op het water en help elkaar.

7 Swot- analyse

De swot-analyse moet inzicht geven in de media bereikbaarheid van de beroepsvaart en recreatievaart

7.1 Beroepsvaart

	Strengths S1 Automatisering in container en tankvaart is hoog S2 Uit de vaartpeiling komt naar voren dat 70% van de ondernemers beschikt over een computer S3 Weinig kranten en tijdschriften die door de beroepsvaart worden gelezen	Weakness W1 Conservatief W2 Beroepsvaarders lezen weinig W3 Zakelijke toepassingen op computers worden weinig gebruikt W4 Een deel van de beroepsvaart is niet op de hoogte van wat een computer aan boord kan betekenen
Opportunity O1 Internetgebruik O2 Toename gebruik van een computer in de beroepsvaart O3 Computer gebruik in de droge lading stijgt O4 Persoonlijke voorlichting en gericht advies O5 Komst elektronische kaarten in de binnenvaart O6 Scholing voor het gebruik van elektronische communicatie	SO1 Door persoonlijk en adviesgerichte informatie de beroepsvaarder bereiken en overtuigen van de voordelen van de voorlichting (O4) SO2 Meer informatie op de elektronische kaart (O1, O5, S1)	WO1 Educatie voor het gebruik van een computer en de daarbij geleverde programma's (W3, O1) WO2 Het stimuleren van het gebruik van internet zodat de beroepsvaarder de internetsites bezoeken (W3, W1, O2, O3) WO3 Door de conservatieve houding van de beroepsvaarder, is het mogelijk de beroepsvaart te bereiken via de huidige kranten
Threats T1 Hoge kosten voor het gebruik van internet via gsm T2 De snelheid van elektronische communicatie in de binnenvaart laat te wensen over T3 Gebruiksvriendelijkheid van de elektronische communicatie laat te wensen over	ST1 Het verlagen van de kosten voor internet via mobiele telefoon (S1, T1) ST2 Verhogen van de snelheid van het internet via de mobiele telefoon (S1, T2) ST3 Biedt een informatieve site aan die makkelijk bereikbaar is voor de beroepsvaart (S3, T3)	WT1 Ontwikkelen van een goede handleiding bij de computerprogramma's (W4, T3) WT2 Een varende consulente om de elektronische communicatie in de binnenvaart te vergroten (T3, W4)

7.2 Recreatievaart

	<p>Strengths S1 Groot deel is aangesloten bij een vereniging of is lid van de ANWB</p>	<p>Weakness W1 Een grote groep heeft weinig kennis van de regelgeving op de vaarwegen W2 Buiten het seizoen is de recreatievaart moeilijk bereikbaar W3 Door de huidige technologie denken veel recreatievaarders dat ze niet over theoretische en praktische kennis hoeven te beschikken omdat ze daar apparatuur voor aan boord hebben</p>
<p>Opportunity O1 Betere voorlichting door de belangenorganisaties over de regelgeving O2 Voorlichting bij de huur of bij het verlaten van de jachthaven O3 Betere voorlichting bij de lessen van het Klein Vaarbewijs O4 Via opinieleiders/ beïnvloeders kan de groep die niet is aangesloten bij verenigingen bereikt worden O5 ANWB en de KNWV zijn projectleden</p>	<p>SO1 Via verenigingen en belangenorganisaties de recreatievaart informeren over de regelgeving en wetenswaardigheden die nodig is voordat men uitvaart (S1, O1, O2) SO2 De recreatievaart voorlichten via de grootste watersportbladen zoals de Waterkampioen en het blad Zeilen. Ook het blad Schuttevaer kan ingezet worden als medium voor de recreatievaart (S1, O5) SO3 Het medium internet gebruiken als informatieverstrekker</p>	<p>WO1 Naast een theoriecursus ook een praktijkcursus verplicht stellen (O3, W3, W1) WO2 De eigenaar van de jachthaven informatie laten verstrekken voordat de recreatievaarder uitvaart (W1, O2)</p>
<p>Threats T1 Groot aanbod van tijdschriften T2 Er zijn heel veel verschillende belangenorganisaties</p>	<p>ST1 Via tijdschriften ANWB en KNWV bereik je al een groot deel (S1, T1) ST2 Bundeling van de belangenorganisaties waardoor men sterker staat (S1, T2)</p>	<p>WT1 Het creëren van een publieke balie waar informatie opgevraagd kan worden</p>

8 Communicatiestrategie

Uit de SWOT-matrix halen we de belangrijkste strategieën, middelen en aandachtspunten die aansluiten op het strategisch communicatieplan en voldoen aan de randvoorwaarden.

Beroepsvaart

1. Biedt een informatieve website aan die makkelijk bereikbaar is voor de beroepsvaart. (S3, T3)

Het aanbieden van een website geschikt voor de binnenvaart met alleen relevante informatie erop. Het moet een gelimiteerd "kanaal" worden zodat de binnenvaartschipper in redelijke snelheid makkelijk informatie op kan halen.

2. Door persoonlijk en adviesgerichte informatie de beroepvaarder bereiken en overtuigen van de voordelen van de voorlichting. (O4)

Persoonlijke en adviesgerichte informatie verstrekken kan via de multimediale methoden. Beurzen, onderwijs en informatie digitaal zijn opties die ingezet kunnen worden om de beroepvaarder persoonlijk en adviesgericht te informeren. Ook via de kranten Binnenvaartkrant, Schuttevaer en de Scheepvaartkrant kan de beroepvaarder bereikt worden.

3. Meer informatie op de elektronische kaart. (O1, O5, S1)

Veel beroepvaarders beschikken over een elektronische kaart/ GPS. Op deze kaart is het mogelijk om probleemgebieden of andere nuttige informatie aan te geven.

Recreatievaart

1. Via verenigingen en jachthavens de recreatievaart informeren over de regelgeving en wetenswaardigheden die nodig is voordat men uitvaart. (S1, O1, O2)

Via de verenigingen en jachthavens kan een groot deel van de recreatievaart bereikt worden. Deze groep kan dienen als beïnvloeder.

2. De recreatievaart voorlichten via de grootste watersportbladen zoals de Waterkampioen en het blad Zeilen. Ook het blad Schuttevaer kan ingezet worden als medium voor de recreatievaart. (S1, O5)

3. Het bundelen van alle belangenorganisaties en verenigingen zodat er één belangenorganisatie overblijft die zich inzet voor de recreatievaart. Zo ontstaat er één publieke balie waar informatie opgevraagd kan worden. (S1, T2)

8.1 Two-step flow communication

Binnen de recreatievaartcommunicatiegroep zit een grote groep die niet lid is van verenigingen, die niet in een jachthaven liggen en geen watersportbladen lezen. Deze doelgroep is zeer moeilijk te bereiken.

Deze groep is wel van belang. Hij bevat namelijk de meeste mensen die geen kennis hebben van de regelgeving op het water en die daarom een groter risico vormen. Om toch deze doelgroep te bereiken zullen we via belangrijke figuren en invloedrijke personen in de vorming van de publieke opinie, de zogenoemde opinieleiders en andere intermediairs deze

groep proberen te bereiken. Via opinieleiders wordt informatie doorgegeven aan minder geïnformeerde mensen die minder radio, tv, tijdschriften en kranten lezen en voor hun informatie van andere mensen afhankelijk zijn. Een deel van de doelgroep is zeer actief in het vergaren van informatie om die vervolgens door te geven aan het minder actieve deel. Zo kunnen we proberen de groep die niet makkelijk te bereiken is toch te bereiken.



Figuur 8.1 Twee zandschepen

9 Communicatie doelstellingen

Het communicatie-effect kan op drie niveaus plaatsvinden:

Kennisniveau (cognitief): bijvoorbeeld het bekendmaken en het systematisch bekend houden van de boodschap.

Houdingsniveau (affectief): bijvoorbeeld het opbouwen van erkenning en waardering

Gedragsniveau (conatief): bijvoorbeeld meer willen weten over iets, ergens toe bereid zijn, ergens aan mee willen doen.

Cognitief

Gedurende de voorlichtingscampagne willen wij een spontane bekendheid van 40% bij de recreatievaart en 15% bij de beroepsvaart. Hierbij willen we een spontane campagne bekendheid van 30% bij de gehele communicatiedoelgroep.

Na een jaar tijd willen wij een geholpen bekendheid hebben van 55% bij de recreatievaart en 30% bij de beroepsvaart. Voor de gehele communicatiedoelgroep geldt een percentage van 45%.

Affectief

Als gevolg van de voorlichting willen wij dat 55% van de beroeps- en recreatievaart een positieve houding heeft ten opzichte van elkaar. Voor onze doelgroep geldt een percentage 70%. Deze mensen zijn dan ook overtuigd door de voorlichting en zien in dat het bijdraagt aan hun veiligheid.

Conatief

Binnen 6 maanden dient 50% van de beroeps- en recreatievaart, die een positieve houding heeft ten opzichte van het project, meerdere malen de andere doelgroep positief te hebben benaderd.

9.1 Randvoorwaarden

Er zijn zeven soorten randvoorwaarden bij de strategiekeuze die worden onderscheiden. Gezamenlijk kunnen ze worden samengevat onder het acroniem FOETSJE:

Financieel

Het budget is erg klein en biedt geen financiële mogelijkheden voor een groots opgezette voorlichtingscampagne. De strategie moet binnen het budget blijven.

Organisatorisch

De strategie past in het organisatiebeleid omdat de strategie moet voldoen aan de eisen die zijn gesteld aan het naar buiten brengen van informatie aan de media.

Economisch

De strategie moet economisch aanvaardbaar zijn.

Technisch

De strategie moet passen in de huidige techniek. De recreatievaart en de beroepsvaart moeten geen grote technische veranderingen hoeven aan te brengen om de strategie tot een succes te brengen.

Sociaal

De strategie is sociaal aanvaardbaar. De gekozen strategie moet voor beide doelgroepen aanvaardbaar zijn.

Juridisch

De strategie moet niet in strijd zijn met de wet.

Ecologisch

De strategie moet geen schade aanbrengen aan het milieu.

10 Communicatiemethoden en middelen vaststellen

Op het gebied van communicatiemiddelen heeft de afdeling reeds een aantal stappen ondernomen. Er is een folder uitgebracht met daarin een korte uitleg van Scheepvaartzaken en de werkzaamheden van de medewerkers. Daarnaast is er net een website gelanceerd, die uitsluitend betrekking heeft op Scheepvaartzaken. De website is een initiatief van de afdeling en heeft het doel de bekendheid van Scheepvaartzaken te vergroten en relevante informatie voor de scheepvaart te verstrekken, waaronder de waterstanden. Naast de website en de folder worden er Brochures, teletekst, DRIP en het Verkeersposten kanaal ingezet om de scheepvaart te informeren.

De brochures worden ingezet wanneer er grote veranderingen plaatsvinden zoals marifoonkanaalwijzigingen. Teletekst wordt ook vaak ingezet om de scheepvaart snel te informeren.

DRIP, Dynamisch Route Informatie Paneel, wordt vaak ingezet langs de vaarwegen. Hierbij moet u denken aan matrixborden die ook boven de snelweg hangen om de automobilist te informeren. DRIP wordt vaak ingezet wanneer een sluis in onderhoud moet. De DRIP wordt een paar weken voor de start van de werkzaamheden neergezet om de scheepvaart ruim van tevoren in te lichten. Via het marifoonkanaal (71 in Dordrecht) kan de scheepvaart informatie opvragen.

Aan de hand van een onderzoek willen we erachter komen welke middelen het meest effectief zijn om in te zetten om de beroepsvaart en de recreatievaart te bereiken. Door middel van interviews willen we achter de behoeften en wensen van de beroeps- en recreatievaart komen en welke media het meest gelezen worden. Het onderzoek en de resultaten zijn bijgevoegd in de bijlage.

10.1 Methoden

Het kiezen en inzetten van de meest geschikte strategie is belangrijk voor de overdracht en acceptatie van de boodschap. Door gebruik te maken van de huidige communicatiemiddelen kunnen we veel geld besparen.

10.1.1 Informatie digitaal

Burgers zien de overheid als één organisatie en verwachten dat die zo effectief mogelijk communiceert. Het meerdere keren moeten verstrekken van dezelfde informatie wekt irritatie op, die op vrij eenvoudige wijze voorkomen kan worden. Een overheid die zich werkelijk dienstbaar opstelt, informeert de burger bovendien op pro-actieve wijze over zijn rechten (en plichten). Het is de keuzevrijheid van de burger om hier al dan niet gebruik van te maken. Niet alleen dient de burger altijd contact te kunnen zoeken met de overheid, ook moet hij er op kunnen vertrouwen dat de overheid snel en adequaat antwoordt. Bovendien moet hij er op kunnen vertrouwen dat de communicatie open, feitelijk juist, begrijpelijk en integer is, ook in een turbulent medialandschap. Hoofddoel van alle overheidscommunicatie zou moeten zijn: het voldoen aan het recht van de burger op communicatie. De functie van de overheidscommunicatie is daarmee voor de burger dat hij in staat wordt gesteld om zijn rol als staatsburger en zijn rol als onderdaan en klant optimaal te vervullen. De functie van de

communicatie voor de overheid is de versterking van het beleidsproces, zowel in de beleidsvoorbereiding als in de beleidsuitvoering.

10.1.2 Strategische publiciteit

Free publicity is de van oudsher gebruikte marketingterm voor gratis en wel positieve, publiciteit, dan wel het gratis verkrijgen van positieve redactionele aandacht.

Het nadeel van free publicity is dat gratis meestal betekent 'onbestuurbaar' en dus 'onbeheersbaar'. De journalist kan doen (en laten) wat hij wil met mijn berichten: een gegeven paard kijkt men niet in de bek en kritiek op de aldus gegenereerde publiciteit is niet meer mogelijk. Reclames op reclame, zijnde betaalde publiciteit, uiteraard wel.

Free publicity bij de overheid kan de vorm van 'voorlichting' aannemen. Voorlichting betekent dan: wat gebeurt hier zoal, vooral als het voorlichting betreft over criminaliteit of gezondheidszorg, thema's uit de algemene binnenlandse besognes. Er is immers veel positief dan wel neutraal nieuws. Indien bewust gestructureerd en georganiseerd, noemen we dit geen free publicity, maar strategische publiciteit.

Niet alleen aanvaardt beleid, maar ook beleidsvoornemens van de overheid met het doel bepaalde problemen op te lossen, kunnen heel goed functioneren als strategisch beleid.

10.2 Via multimediale aanpak

Rijkswaterstaat maakt gebruik van directe en indirecte methoden en middelen. Kenmerken van een multimediale aanpak zijn:

Twee of meer communicatiemiddelen worden tegelijkertijd toegepast
Mediagebruik sluit op elkaar aan en het is effectversterkend (doet beroep op verschillende zintuigen).

Onder directe methoden wordt verstaan rechtstreekse communicatie (via eigen media) met de doelgroep door:

- Groepsbenadering: mondeling, schriftelijk en/of audiovisueel;
- Individuele benadering: eveneens mondeling, schriftelijk en/of audiovisueel.

Onder indirecte methoden vallen intermediaire kaders als:

- Journalisten;
- programmamakers van radio en televisie;
- medewerkers van informatiecentra, onderwijs en overheid.

10.3 Middelen

De middelen die ingezet kunnen worden in de voorlichting zullen hieronder worden weergegeven. De verdere uitwerking van de middelen zal in deze paragraaf worden beschreven. Door het krappe budget zullen vooral de huidige middelen worden ingezet.

Uit onderzoek komt naar voren dat kranten en tijdschriften het meest gelezen worden onder de recreatievaarders en beroepsvaarders. Uit de peiling komt naar voren dat kranten en het internet belangrijke mediums zijn. Ook beurzen scoren goed in de peiling.

Omdat de binnenvaartschipper weinig leest zijn beelden van groot belang. Beeld verwerkt in een gebruiksvoorwerp is een ideaal middel om de schipper iedere keer aan de boodschap te herinneren. Doordat de schipper

meerdere keren herinnerd wordt aan de boodschap zal de schipper beter de boodschap onthouden.

1. Kranten
Schuttevaer, Binnenvaartkrant, Scheepvaartkrant en de Vaarkrant.
2. Tijdschriften
Magazine Binnenvaart, Waterkampioen.
3. Tv
Werken aan de weg, een coproductie van RWS Directie Zuid-Holland en TV West, Nederland onderweg. RWS Directie Zuid-Holland werkt ook veel samen met Radio Rijnmond en TV Rijnmond.
4. Beurzen
Binnenvaart- en Visserijbeurs en HISWA, de beurs voor recreatievaart.
5. Internet
Internetsite van de scheepvaartafdeling van RWS Directie Zuid-Holland, internetsite van Schuttevaer, Vaart, ANWB en KNWV.
6. Gebruiksvoorwerpen
Een antislipmat met daarop het beheersgebied gedrukt.
Onderzetters en mokken met de boodschap erop.
7. Onderwijs
Praktijkcursus recreatievaart, meer aandacht bij Klein Vaarbewijs voor gevaarlijke punten, brugpassages en sluisen en herhalingscursus binnenvaart.
8. Overheid
Verstrekken van een informatieboekje/ folder.
9. Publieke balie
10. Meevaren
Meevaren in het gebied van Dordrecht naar de Volkeraksluisen.

10.3.1 Kranten

Kranten die inzetbaar zijn zullen hieronder worden besproken.

Schuttevaer

De Schuttevaer wordt door beide doelgroepen gelezen. Doordat Koninklijke Schuttevaer deelneemt aan het project zullen de kosten voor dit middel laag zijn. De Schuttevaer wordt verspreid in binnen- en buitenland. De totale verspreiding is 12.442. Onder de recreatievaarders wordt als krant Schuttevaer veel gelezen.

De meest gelezen kranten onder de beroepsvaarders zijn de Scheepvaartkrant en de Binnenvaartkrant. Deze kranten zijn gratis en op vele binnenvaartpunten te krijgen, b.v. sluisen, bunkerboten, internaten. Schuttevaer wordt ook gelezen, maar deze krant is duur en richt zich steeds meer op andere segmenten dan binnenvaart. Een abonnement op Schuttevaer circuleert vaak onder familie en vrienden. Onder de tijdschriften wordt Magazine Binnenvaart veel gelezen. Sommige binnenvaarders lezen ook wel HSB.

Door middel van strategisch beleid kan er geadverteerd worden in de Scheepvaart- en de Binnenvaartkant. De Binnenvaartkrant heeft een oplage van 30.000 en bereikt lezers in Nederland, België, Duitsland en Oostenrijk. De lezers van de Binnenvaartkrant zijn alle binnenvaartondernemers, leveranciers aan de binnenvaart, overheid instanties en binnenvaartorganisaties etc..

De Binnenvaartkrant heeft naast zijn Nederlandse redactie ook een Duitse bijlage met Duitse redactie pagina's. Met als doel de Duitse schipper te bedienen maar ook om makkelijker verspreidingspunten in Duitsland te krijgen. Dit heeft als voordeel dat de Binnenvaartkrant ook makkelijker verkrijgbaar is in Duitsland voor Nederlandse binnenvaartondernemer.

Veel informatie over de Scheepvaartkrant is er niet bekend. Alleen de oplage is bekend, 26.500

Het is erg belangrijk om de recreatievaarders als zowel de beroepsvaarders met elkaar te confronteren. Dit is mogelijk door artikelen in elkaars bladen te plaatsen en elkaar aan het woord te laten. Laat een recreatievaarder zijn verhaal vertellen in de Binnenvaartkrant, Schuttevaer of in de Scheepvaartkrant en laat een beroepsvaarder aan het woord in de Waterkampioen of in het blad Zeilen.

In de toekomst kan strategische publiciteit toegepast blijven worden. Elk seizoen zal er aandacht moeten worden besteed om de recreatievaarders en de beroepsvaarders attent te maken op elkaars aanwezigheid.

10.3.2 Tijdschriften

Waterkampioen

Uit het onderzoek komt naar voren dat de Waterkampioen het meest gelezen wordt onder de recreatievaarders.

De Waterkampioen heeft een oplage van 52.600 en een gemiddeld bereik van 231.000. De leeftijd van de lezer ligt tussen 20 – 64 jaar en de opleiding is hoog. Het inkomen van de lezer ligt boven modaal en de welstand van de lezer is A, B1.

De Waterkampioen⁹ is het grootste watersportblad in Nederland. Dit tweewekelijks verschijnende magazine is gericht op de bootbezitter en schrijft dan ook over beheer en onderhoud. Daarnaast komen het ontwerpen en bouwen van jachten, accessoires, items over producten, technieken, doe-het-zelven en toerisme in binnen- en buitenland aan bod. In de markt is de Waterkampioen een autoriteit op haar gebied. De informatie die zij levert is objectief en mede door de grote vakkennis van hoog niveau. De actuele nieuwsrubriek de Uitkijk, die in tabloidvorm apart wordt meegezonden, vormt de voornaamste nieuwsbron voor nationale en internationale ontwikkelingen in de watersport.

Zeilen

Als derde meest gelezen blad is het blad Zeilen. Het blad Zeilen heeft een oplage van 37.600 en de gemiddelde leeftijd van de lezerskring ligt tussen de 25 en 45 jaar. De vader en zoon zijn de beste lezers. 35% van de lezers heeft hoger beroeps- en universitair onderwijs genoten; 24% middelbaar onderwijs. De sociale klasse ligt relatief hoog: 32% bevindt zich in de A-klasse en de B-bovenlaag, 33% in de B-onderlaag. Naar schatting 95% van de lezers van Zeilen heeft een boot en beoefent de sport actief. 72%

⁹ Anwb Media

van de zeilers met een kajuitzeiljacht van boven € 30.000 geeft gemiddeld per jaar ongeveer € 4000 uit aan zijn boot 90% van de lezers van Zeilen leest het blad geheel of grotendeels, terwijl dat bij algemene watersportbladen op ongeveer 50% ligt. Het meelesen: per exemplaar van Zeilen is er gemiddeld 3.5 lezer.

Plaats elk seizoen een artikel in de vakbladen van de recreatievaart en beroepsvaart. Herinner beide groepen aan elkaars aanwezigheid op het water.

10.3.3 Tv

Rijkswaterstaat beschikt over een eigen tv serie 'Nederland onderweg'. De serie 'Nederland Onderweg' trekt flink wat kijkers. Ruim vijf miljoen kijkers hebben minstens één keer afgestemd op het programma. Gemiddeld kijken er 424.000 mensen per aflevering naar de serie. Vooral bij de mannen tussen de 20 en 34 jaar scoorde de serie bijzonder goed. Per aflevering kijken er ongeveer gemiddeld 78.000 mannen uit deze groep naar het programma. De serie is op initiatief van V&W tot stand gekomen in samenwerking met René Stokvis Producties. Laat dit programma aandacht besteden aan de interactie tussen beroeps- en recreatievaart.

Naast de serie 'Nederland Onderweg' heeft RWS Directie Zuid-Holland een coproductie met TV West 'Werken aan de Weg'.

Rijkswaterstaat werkt ook veel samen met Radio Rijnmond en TV Rijnmond. Door voorlichting via tv Rijnmond en radio Rijnmond kan men specifiek de doelgroep in de regio Zuid-Holland bereiken.

10.3.4 Beurzen

Rijkswaterstaat staat elk jaar op de binnenvaart- en Visserijbeurs BIFI. Deze beurs is de beurs om in contact te komen met de binnenvaart. Op een beurs kan de boodschap persoonlijk overgebracht worden, vooral bij de beroepsvaart is dit van groot belang. Zet een recreatievaarder op de stand zodat deze in contact kan komen met de beroepsvaart.

Organiseer workshops voor beide groepen. Nodig een aantal recreatievaarders uit op de BIFI en laat ze deelnemen aan de workshop. Spreek ze aan op hun kennis en laat ze zich in de andere doelgroep verplaatsen.

Op de HISWA, de beurs voor de recreatievaart, is Rijkswaterstaat niet aanwezig. Door de samenwerking met de ANWB en de KNWV, die wel aanwezig zijn op de HISWA, is het mogelijk om de voorlichting via deze twee belangenorganisaties te laten verlopen.

10.3.5 Internet

Rijkswaterstaat kan ook via de eigen website van de afdeling Scheepvaartzaken beide doelgroepen aanspreken. Het gebruik van internet om de doelgroep te informeren is een ideaal middel omdat internet direct in kan springen op veranderingen.

Websites kunnen aan elkaar gelinkt worden. Link vaart.nl aan de ANWB website zodat de beroepsvaart en de recreatievaart de mogelijkheid hebben om elkaars website te bezoeken. Vermeld op alle communicatie-uitingen het webadres van Rijkswaterstaat zodat ze altijd over het adres kunnen beschikken.

Een idee is om op de website een simulatieproject te starten waar de recreatievaarder op een binnenvaartschip kan varen en een beroepsvaarder op een recreatievaartuig.

Belangrijke informatie kan ook vermeld worden op de elektronische kaart van de beroepsvaarder. Hierbij kan gedacht worden aan de markering van drukke en gevaarlijke kruispunten. Een melding in de sluis om de motor uit te zetten etc..

10.3.6 Gebruiksvoorwerpen

Een geplastificeerde antislip placemat van A4 formaat dat in een ringband geplaatst kan worden is een mogelijkheid. Zo kan de recreatievaarder als zowel de beroepsvaarder over kaarten beschikken waar voor beide groepen informatie op staat. De geplastificeerde antislip laag zorgt ervoor dat de kaart te gebruiken is in de stuurhut en makkelijk schoon te maken is.

Op de placemat moet ook de domeinnaam afgedrukt staan.

Een placemat van A4 formaat is makkelijk op te bergen in een ordner. Zo kan de recreatievaarder en de beroepsvaarder alle placematten bijeen houden van de verschillende gebieden en wordt het een overzichtelijk geheel.

Naast de placemat kunnen er nog andere gebruiksvoorwerpen bedrukt worden met de boodschap. Uit onderzoek komt naar voren dat ze niet zitten te wachten op gebruiksvoorwerpen met de belangrijkste punten erop. Het is wel belangrijk dat de boodschap goed overkomt en dat mensen aan de boodschap herinnerd worden. Gebruiksvoorwerpen zoals onderzetters, mokken, borrelglaasjes, vlaggetjes etc. zijn hierbij mogelijkheden. Zo wordt onbewust de gebruiker herinnerd aan de boodschap.

10.3.7 Onderwijs

De beroepsvaarder beschikt over een ervaring van tientallen jaren. De keerzijde hiervan is dat kennis van reglementen alleen in de dagelijkse praktijk up-to-date wordt gehouden.

Een herhalingscursus voor beroepsvaart elke drie jaar zou de theoretische kennis van de beroepsvaarder moeten verbeteren waardoor zij beter op de hoogte zijn van de regelgeving op de Nederlandse binnenwateren.

Bij cursus Klein Vaarbewijs moet worden stilgestaan bij de sluis-brugpassages en de vaaraanwijzingen voor wateren als de Waal en de Merwede. Deze aanwijzingen zouden terug kunnen komen op bepaalde vaarkaarten die de recreatievaarders verplicht aan boord zouden moeten hebben.

Het Scheepvaart en Transport College is ook elk jaar aanwezig op de BIFI. Een workshop 'Wat kan een computer aan boord betekenen' is een idee. Zo kan het computergebruik in de beroepsvaart gestimuleerd worden.

10.3.8 Overheid

Rijkswaterstaat kan naast onderwijs en een publieke balie, jachthavens het verplicht laten verstrekken van een informatieboekje/ folder aan recreatievaarders die een boot komen huren of uitvaren met hun eigen boot.

10.3.9 Publieke balie

Een publieke balie kan opgesteld worden door alle belangenorganisaties te bundelen van de recreatievaart en ook door alle belangenorganisaties van de beroepsvaart te bundelen. Zo ontstaat er één aanspreekpunt voor beide doelgroepen. Een aanspreekpunt waar zij terecht kunnen voor informatie over weerberichten, stremmingen, drukke punten, probleemgebieden en daarbij de regelgeving etc..

10.3.10 Meevaren

Voor het creëren van wederzijds respect is het goed de beroepsvaarder een keer in een recreatievaartuig te zetten. Andersom is het natuurlijk ook goed. Zo kunnen beide partijen inzicht krijgen in de moeilijkheden die het varen met zich meebrengt. In de regio Zuid-Holland kan dit het beste gebeuren van Dordrecht naar Willemstad, Volkeraksluizen.

Een zestal geïnteresseerde mensen die lid zijn van de KNWV en/ of ANWB kunnen hieraan deelnemen. Zij nemen de beïnvloedersrol aan.

Ook voor de beroepsvaart is het stuk van Dordrecht naar Willemstad, Volkeraksluizen een prima stuk om een keer met een recreatievaartuig mee te varen.



Figuur 10.1 Bruine vloot

11 Tijdsplanning

Beroepsvaart

Het communicatieplan zal worden ingezet aan het begin en tijdens het recreatieseizoen. Het begin van een recreatieseizoen is afhankelijk van het weer. Meestal begint het seizoen begin april.

De communicatiemiddelen zullen worden ingezet aan het begin van het recreatieseizoen om beide groepen direct te wijzen op elkaars aanwezigheid op het water.

	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
1. Concept goedkeuring			X	X								
2. Overleg projectgroep	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
3. Strategische publiciteit			X	X	X	X	X	X	X	X		
4. Ontwikkelen middelen			X	X	X	X	X					
5. Inzet middelen			X	X	X	X	X	X	X	X		
6. Uitvoering project					X	X	X					
7. Perscontacten			X	X	X	X	X	X		X		
8. Meevaren recreatie- en beroepsvaart						X	X					
9. Beurs			X								X	
10. Scholing	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
11. Nazorg								X	X	X	X	X

12 Aanbevelingen en conclusies

De probleemstelling van mijn opdracht was:
Hoe kan communicatie bijdragen aan het verbeteren van de interactie tussen beroeps- en recreatievaart?

Uit de onderzoeksresultaten is gebleken dat communicatie kan bijdragen aan een verbetering van de interactie tussen beroeps- en recreatievaart. In dit laatste hoofdstuk van mijn afstudeeropdracht zal ik conclusies trekken aan de hand van de resultaten van het onderzoek. Daarnaast zal ik de afdeling Scheepvaartzaken adviseren wat zij het beste kunnen doen.

12.1 Conclusie

Vanuit de beroeps- en recreatievaart is voorlichting wenselijk om de veiligheid op het water te verhogen. Door de groei van de recreatievaart zal extra aandacht worden gevraagd voor de veiligheid op het water.

Voor de voorlichtingscampagne is een projectgroep opgesteld. De projectgroep bestaat uit de ANWB, Schuttevaer, KNWV, RWS Directie Zuid-Holland en DGG.

De doelgroep van de voorlichtingscampagne bestaat uit twee doelgroepen recreatievaart en beroepsvaart. Recreatievaart is onder te verdelen in recreatievaart, toervaart en watersport. De binnenvaart bestaat uit 11 deelmarkten. Met de campagne richten we ons op containers, droge bulk, duwvaart en tankvaart.

Het is relatief veilig op de Nederlandse hoofdvaarwegen en als er problemen voordoen, dan is dat waar beroeps- en recreatievaart 'in elkaars vaarwater zitten'. Dit doet zich met name voor bij het gezamenlijk gebruik van beweegbare bruggen en van sluizen en op kruisingen/splitsingen. De onveiligheid op het water wordt ook mede veroorzaakt door onoplettendheid en gebrek aan ervaring in complexe situaties bij recreatievaarders en door onvoldoende kennis van de (voorrang)regels.

De boodschap die we willen meegeven is: "Varen? Dat doe je samen". Daarnaast geven we aan beide doelgroepen deelboodschappen mee.

De boodschap willen we via de beïnvloeder en via de opinieleider overbrengen op de beroepsvaart en de recreatievaart.

Bij de recreatievaart willen via de beïnvloeder de niet geïnformeerde groep bereiken. De niet geïnformeerde groep is niet aangesloten bij een vereniging, leest weinig scheepvaart gerelateerde bladen en kijkt weinig scheepvaart gerelateerde televisieprogramma's.

Bij de binnenvaart maken we gebruik van de opinieleider. Deze geeft het goede voorbeeld aan de rest van de binnenvaartschippers.

De doelstellingen die we voor ogen hebben met deze campagne is dat we tijdens de voorlichting een spontane bekendheid willen van 45% bij de gehele doelgroep. Door de voorlichtingscampagne heeft 65% van de beroeps- en recreatievaart een positieve houding ten opzichte van elkaar. Na een jaar dient 60% van de beroeps- en recreatievaart meerdere malen de andere doelgroep positief te hebben benaderd.

Afdeling Scheepvaartzaken heeft net een website gelanceerd, die uitsluitend betrekking heeft op Scheepvaartzaken. De website is een initiatief van de afdeling en heeft het doel de bekendheid van Scheepvaartzaken te vergroten en relevante informatie voor de scheepvaart te verstrekken. Naast de website en de folder worden er Brochures, teletekst en het Verkeersposten marifoonkanaal ingezet om de scheepvaart te informeren.

Door de inzet van de huidige communicatiemiddelen kunnen we de kosten beperken. Daarnaast kunnen we gebruik maken van de middelen van de projectleden. Hierbij moet u denken aan de Waterkampioen, deze wordt uitgegeven door de ANWB, de internetsite van de Schuttevaer en de KNWV om de doelgroepen te bereiken. De internetsites kunnen ook aan elkaar gelinkt worden.

Uit onderzoek en uit de peiling blijkt dat kranten, tijdschriften en het internet het beste ingezet kunnen worden als communicatiemiddel. Ook de beurs scoorde goed in de vaartpeiling. Uiting door middel van beelden is zeer belangrijk bij de beroepsvaart omdat zij weinig lezen.

Recreatievaarders en beroepsvaarders zitten niet te wachten op gebruiksvoorwerpen met daarop de belangrijkste punten. Ze willen duidelijke informatie die is weergegeven in een handzaam boekje of een folder. Voorlichting langs de vaarwegen wordt ook niet altijd op prijs gesteld omdat daardoor de natuurlijke omgeving verstoord wordt. Recreatievaarders willen van de natuur genieten en niet beladen worden met reclame en/of voorlichting langs de vaarwegen. Wel vinden ze voorlichting op de sluisen en bij bruggen goed.

De beroepsvaart ziet liever meer informatie op de elektronische kaart staan. Reclame langs de vaarwegen vinden ze geen goede optie omdat het te weinig op zou vallen. Bij sluisen en bruggen zou het wel opvallen.

12.2 Aanbevelingen

- Confrontatie

Beroepsvaarders en recreatievaarders met elkaar confronteren door middel van communicatiemiddelen. Laat een beroepsvaarder zijn kijk op de recreatievaart kwijt in een tijdschrift bestemd voor de recreatievaart en dit ook andersom. Link websites aan elkaar zodat de beroepsvaart vaker in contact komt met de recreatievaart en dit ook andersom.

- Inzet van huidige middelen

Door het krappe budget kunnen de huidige middelen zoals kranten, tijdschriften en de tv het beste ingezet worden.

Gebruik internet als communicatiemiddel en zorg dat het internet altijd up-to-date is. Vermeld het webadres op uitingen zodat de vaarweggebruiker op elk gewenst tijdstip de informatie van het internet kan afhalen.

- Maak van de projectgroep een permanente projectgroep

De projectgroep komt meerdere keren per jaar bijeen om de ontwikkelingen in de beroepsvaart en recreatievaart te bespreken. Hierdoor kunnen knelpunten gelijk aan het licht worden gesteld en behandeld.

- Inzet van gebruiksvoorwerpen

Het verspreiden van gebruiksvoorwerpen met de boodschap erop. Doordat mensen de voorwerpen met de boodschap gebruiken worden ze onbewust herinnerd aan de boodschap. Hierbij kunt u denken aan onderzetters, borrelglaasjes, mokken en vlaggetjes.

- Praktijkdagen

Het organiseren van praktijkdagen waarop recreatievaarders een keer meevaren op een binnenvaartschip op het stuk Dordrecht naar Willemstad, Volkeraksluizen. Zo kan een recreatievaarder meemaken wat een beroepsvaarder meemaakt. Ze krijgen inzicht in zijn afwegingen en moeilijkheden. Ook andersom is het een goed idee.

- Maak de voorlichting meetbaar

De voorlichting moet meetbaar zijn. We gaan uit van een nulmeting (Terp-rapport 2000). Aan het eind van het jaar zal er een meting plaatsvinden om te kijken of de voorlichting het gewenste resultaat heeft bereikt. Tijdens de voorlichting zal er ook een meting plaatsvinden. Om het effect van een voorlichting te meten moet men de doelgroep zelf ondervragen. Hebben ze ook daadwerkelijk de informatie gelezen of hebben ze het voorlichtingsmiddel alleen bekeken. Het aantal afgegeven voorlichtingsmateriaal is geen goede meting van een voorlichtingscampagne.

Het is niet zeker of herkenning en herinnering van communicatie-uitingen een goede maat zijn voor het effect van marketingcommunicatie. In feite is het voor Rijkswaterstaat niet belangrijk of een bepaald communicatiemiddel herinnerd wordt, als het maar herinnerd en herkend wordt in een situatie waar beroeps- en recreatievaart elkaars paden kruisen.

- Kijk naar het aantal ongelukken en daarmee rekening houden met de scheepsbeweging.



Figuur 12.1 Peilschaal

13 Literatuurlijst

13.1 Boeken

Alsem, K.J., Strategische marketingplanning.
Educatieve Partners Nederland B.V., Houten, 2000

Baarda, D.B. en Goede, M.P.M. de, Methoden en technieken
Stenfert Kroese, Leiden, 1990.

Floor, J.M.G. en Raaij, W.F. van, Marketing-communicatiestrategie.
Educatieve Partners Nederland B.V., Houten, 1998

Hogendoorn, M., Communicatie, een strategisch instrument.
Coutinho, Bussum, 1996.

Olsthoorn, A.C.J.M. en Velden, J.H. van der, Elementaire Communicatie.
Thieme, Zutphen, 1996

Ridder, P. de, Knooppunt of knelpunt, Interactiemodel kwantificeert de hinder tussen beroepsvaart en recreatievaart, Rijkswaterstaat Adviesdienst Verkeer en Vervoer, Rotterdam, 2002.

Schoonman, E., Persvoorlichting, Samsom, Alphen aan den Rijn, 1997.

13.2 Websites

www.ANWB.nl
www.HISWA.nl
www.KNWV.nl
www.vaart.nl
www.schuttevaer.nl

13.3 Artikelen uit vakbladen

Beleidsvisie Recreatie Toervaart Nederland, Stichting Recreatietoervaart Nederland, Den Haag, juli 2000.

Scheepvaartkrant, De Scheepvaartkrant BV, Rotterdam, 5 maart 2003.

Terp-adviesrapport: Onderzoek veiligheid onder beroepsvaarders en recreatievaarders op hoofdvaarwegen, Amersfoort, december 2000.

Waterverkenning, recreatie tussen wal en schip.

13.4 Andere bronnen

Stichting Recreatievaart Nederland (SRN)
Koninklijke Nederlandse Watersport Vereniging (KNWV)
Ministerie van Algemene Zaken
Commissie Toekomst Overheidscommunicatie

Woordenlijst

AVV

Adviesdienst Verkeer en Vervoer

Beroepsvaart

Beroepsvaart kan omschreven worden als het vervoer van goederen met binnenschepen tussen twee aan een vaarweg gelegen plaatsen.

GPS

General Position System, plaatsbepaling navigatie systeem.

Hoofdtransportas

Een hoofdtransportas is een grote nationale vaarweg, die de landsdelen met elkaar verbindt, met een transportvolume van tenminste 5 miljoen ton goederen of 25.000 teu per jaar.

Marifoon

Radiotelefoon in vervoermiddelen voor gebruik op het water.

Recreatietoervaart

Het maken van één of meer tochten met een pleziervaartuig (ook doorgaande recreatievaart).

Recreatievaart

Een vorm van waterrecreatie waarbij gebruik wordt gemaakt van een pleziervaartuig.

Sportrecreatievaart

Een vorm van waterrecreatie waarbij gebruik wordt gemaakt van een pleziervaartuig en daarmee een sport uitoefent.

Teu

Een Teu (twenty feet equivalent unit) is de uniforme maateenheid voor de inhoud van containers.

Vrachtschip

Schip dat droge lading resp. vloeibare lading kan vervoeren in tonnen

Bijlage 1 Interne analyse

Het is belangrijk inzicht te krijgen in hoe de organisatie is opgebouwd en waar de organisatie zowel in haar geheel als de tussenliggende afdelingen voor staan.

De interne analyse heeft als belangrijkste doel inzicht te krijgen in de sterke en zwakke punten van de onderneming en van het product/ dienst wat de onderneming aanbiedt.

Directoraat-Generaal Rijkswaterstaat

Het Directoraat-Generaal Rijkswaterstaat (RWS) is de uitvoeringsorganisatie van het Ministerie van Verkeer en Waterstaat.

RWS heeft als uitvoeringsorganisatie de dagelijkse zorg voor vier kerntaken:

- Nederland beschermen tegen overstroming;
- Zorgen voor schoon en voldoende water voor alle gebruikers;
- Het aanleggen, beheren en onderhouden van de rijkswegen en rijksvaarwegen;
- Zorgen voor vlotte en veilige doorstroming van het verkeer.

Organisatieonderdelen Rijkswaterstaat

Rijkswaterstaat bestaat uit zeventien organisatieonderdelen: tien regionale directies, zes specialistische diensten, één hoofdkantoor Rijkswaterstaat en de Hogesnelheidslijn-Zuid (HSL-Zuid) projectorganisatie. In totaal telt RWS ruim 10.000 medewerkers verspreid over grofweg 160 standplaatsen in Nederland.

Elke regionale directie is verantwoordelijk voor onderhoud, beheer en aanleg van de hoofdinfrastructuur in het eigen beheersgebied en voor de praktische uitvoering van het beleid. De landelijke spreiding van RWS biedt elke regio een herkenbaar aanspreekpunt van het Ministerie van Verkeer en Waterstaat.

Directie Zuid-Holland

Directie Zuid-Holland (DZH) is één van de tien regionale directies van Rijkswaterstaat. Ze is verantwoordelijk voor onderhoud, beheer en aanleg van de hoofdinfrastructuur in het eigen beheersgebied (regio Zuid-Holland) en voor de praktische uitvoering van het beleid. Dit in nauw overleg met de regio Zuid-Holland.

De afstudeeropdracht is opgezet en geformuleerd in samenwerking met scheepvaartzaken (AVS). In de nu volgende subparagrafen wordt informatie gegeven over de afdelingen in de hiërarchische lijn tussen DZH en AVS; hoofdafdeling water (AX) en Beheer natte infrastructuur (AV) en over de afdeling scheepvaartzaken (AVS).

Hoofdafdeling Water (AX)

De hoofdafdeling Water maakt deel uit van de regionale directie Zuid-Holland van Rijkswaterstaat en heeft tot taak het rivierenstelsel in het benedenrivierengebied te beheren.

Water (AX) omvat 3 hoofdgroepen:

- Waterkwaliteit (AW);
- Planvorming water (AP);
- Beheer natte infrastructuur (AV).

en kent 2 stafafdelingen:

- Bedrijfsvoering (AXA);
- Personeelsbureau (AXP)

Hoofdgroep Beheer natte infrastructuur (AV)

De hoofdgroep AV is in het bijzonder gericht op de beleidsuitvoering van het integraal waterbeheer. Het accent ligt op het beheer en onderhoud van de Rijkswateren in het Benedenrivierengebied (bodems, oevers en kunstwerken), het nautische beheer teneinde het scheepvaartverkeer veilig en vlot te laten verlopen, het (mede) beheer van baggerspeciedepots voor verontreinigde baggerspecie en de bediening van de kunstwerken (sluizen en stormvloedkeringen). Daarnaast worden activiteiten van derden in, op en langs bedoelde wateren gereguleerd en wordt er opgetreden bij calamiteiten.

De hoofdgroep omvat 2 afdelingen en 3 dienstkringen, die vanwege het operationele karakter van de werkzaamheden grotendeels decentraal gevestigd zijn.

Dienstkringen:

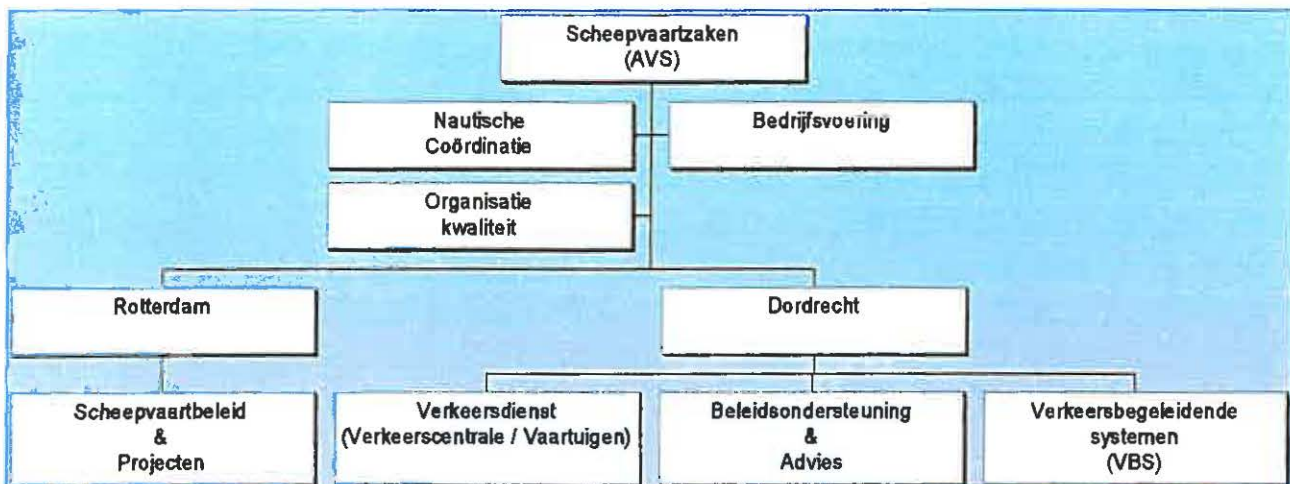
- Dienstkring Haringvliet (AVH);
- Dienstkring Nieuwe Waterweg (AVN);
- Dienstkring Maas & Merwede (AVM).

Afdelingen:

- Strategie en coördinatie (AVB);
- Scheepvaartzaken (AVS).

Afdeling Scheepvaartzaken

De afdeling Scheepvaartzaken Zuid-Holland (AVS) is verantwoordelijk voor een vlotte, veilige en milieuverantwoorde afwikkeling van de scheepvaart in het beheersgebied van de directie in de ruimste zin van het woord.



Figuur 2.2. Organigram Afdeling Scheepvaartzaken

Het werk van de afdeling staat midden in het integraal vervoer en integraal waterbeleid. Daarbij vertaalt de afdeling het nautisch beleid naar de regio en voert een belangrijk deel daarvan zelf uit. Dit heeft een aantal voordelen: de aandacht voor nautische aspecten is niet versnipperd en de

samenhang tussen beleid en uitvoering is optimaal. Er zitten echter ook nadelen aan deze manier van organiseren. De afdeling moet goed luisteren naar de partijen die zich met ontwikkelingen bezighouden die indirect invloed uitoefenen op de vlotte en veilige scheepvaart.

Strategie en beleid

De natte infrastructuur is een eeuwenoud snelwegennet. In tegenstelling tot het bestaande droge snelwegennet vergt uitbreiding veel meer moeite. Het toevoegen van een extra vaarstrook is op korte termijn onmogelijk. Het is daarom van groot belang het bestaande vaarwegennet niet alleen te bezien vanuit de huidige benutting maar ook rekening te houden met de ontwikkelingen in de verre toekomst. Dit betekent dat het vrijwaringbeleid, ligplaatsenbeleid, ontwikkeling van natte bedrijventerreinen, stedelijke ontwikkeling en benutting van de vaarwegen adequaat en met oog voor de ontwikkelingen in de scheepvaart moeten worden vorm gegeven.

Ook speelt de ICT in de scheepvaart een steeds belangrijkere rol. Ontwikkeling van verschillende systemen moeten ervoor zorgen dat door optimale benutting de vaarwegen tot ver in de toekomst de noodzakelijke capaciteit hebben en veilig blijven.

Afdeling Scheepvaartzaken (Rotterdam)

De onderafdeling Scheepvaartbeleid en Projecten in Rotterdam heeft als hoofdtak de zorg voor een goed en evenwichtig scheepvaartbeleid in de regio in de ruimste zin van het woord. Voort het ontwikkelen van een betrouwbaar monitoringsysteem, waarmee uitspraken gedaan kunnen worden over de veiligheid en intensiteiten van de scheepvaart. De beleidstaken waar AVS voor staat zijn onderstaand opgesomd.

- Informatie over scheepvaart, de goederenstroom en de infrastructuur verzamelen en interpreteren en op basis daarvan veranderingen voorspellen welke van invloed zijn op het integraal waterbeleid;
- Initiëren van maatregelen om een doelmatig nautisch beheer te realiseren. De maatregelen kunnen zijn, nautisch-technisch (verbeteren infrastructuur), nautisch-organisatorisch (invoeren van procedures) of van reglementaire (nemen van verkeersbesluit) aard zijn;
- Gevraagd en ongevraagd adviseren van andere afdelingen, zodat bij plannen en studies tijdig en in voldoende mate rekening wordt gehouden met de voorwaarden die de scheepvaart stelt;
- Leveren van bijdragen aan de totstandkoming van landelijke plannen en studies op het gebied van het nautisch beheer en de daarbij behorende regelgevende aspecten van de vaarwegen;
- Uitoefenen van de functie bevoegde autoriteit in het kader van de scheepvaartverkeerswet en haar uitvoeringsbesluiten, en die van plaatselijk bevoegde autoriteit in het kader van de Wet Vervoer Gevaarlijke Stoffen (WVGS) en haar uitvoeringsbesluiten;
- Uitvoeren van de taken van de rijkshavenmeester, in het kader van de afspraken met het Directoraat Generaal Goederen (DGG);

De dienstkringen adviseren inzake het te voeren beleid wat betreft het nautisch beheer voor de vaarwegen buiten de hoofdtransportassen.

Bijlage 2

In dit deel staat de onderzoeksmethode die is gebruikt nader uitgelegd. Het onderzoek is uitgevoerd door interviews te houden met recreatievaarders en beroepsvaarders. Als eerste zullen de interviews met de recreatievaarders besproken worden. Deze interviews zijn gehouden op de HISWA 2003 in de week 25 februari tot en met 2 maart.

Interview

Een belangrijke kwalitatieve onderzoeksmethode is die van het interview¹⁰. Het gebruik van deze methode biedt een aantal voordelen. Omdat een interview een persoonlijk contact inhoudt, kan het moeiteloos informeel worden afgenomen. Bovendien geven mensen vaak gemakkelijker informatie prijs dan op papier, omdat de sfeer gemoedelijker is. Daarnaast biedt het interview ook de mogelijkheid om persoonlijk en diep door te vragen. De vraagstellingen zijn altijd min of meer gestructureerd, zodat de opzet van het onderzoek gewaarborgd blijft.

Er zijn verschillende varianten:

- Vrij gesprek, waarbij van tevoren alleen een lijstje is opgesteld met onderwerpen die in het gesprek aan bod moeten komen. De volgorde waarin de onderwerpen aan bod komt zijn niet vastgelegd maar worden aan de loop van het gesprek overgelaten;
- Diepte interview, waarbij de volgorde van de vragen erop gericht is om snel mogelijk door te dringen tot de achterliggende motivatie van de respondent. Bij deze vorm van interviewen worden aparte vraagtechnieken gebruikt, waaronder probing, ofwel het doorvragen naar het hoe en waarom van bepaalde opvattingen en/of gedrag, en projectieve vraagtechnieken. Dit houdt in dat men probeert iemands opvatting te achterhalen door te vragen hoe volgens hem anderen over een bepaald onderwerp denken;
- Halfgestructureerd interview, met min of meer vaste volgorde en formulering. Bovendien zijn er open vragen toegevoegd, waarin over het algemeen achtergronden en motivering aan de orde komen;
- Autoriteiteninterview, dat de vorm kan aannemen van elk van de eerder genoemde interviews. Dit interview wordt altijd afgenomen door autoriteit, bijvoorbeeld een externe deskundige.

Door middel van een vrij gesprek en een diepte interview heb ik onderzoek gedaan naar de communicatiemiddelen die door de recreatievaarder worden gebruikt. Daarnaast heb ik onderzoek gedaan naar de mogelijke oplossingen om de interactie te verbeteren.

Onderzoek recreatievaart

In totaal heb ik bij acht recreatievaarders een diepte interview afgenomen. De interviews zijn afgenomen op de HISWA 2003 in de RAI te Amsterdam. De tijd per persoon bedraagt ongeveer drie kwartier. De mensen waren zeer gewillig om mee te werken.

¹⁰ A.C.J.M. Olsthoorn en J.H. van der Velden (1996), p.301.

De voorwaarden die werden gesteld aan een geïnterviewde waren:

- Ze Varen regelmatig tot vaak in het beheersgebied van Rijkswaterstaat Directie Zuid-Holland;
- Komen soms tot zeer vaak in aanraking met de binnenvaart.

De vragen

Het interview begint met een introductievraag, namelijk of de geïnterviewde een recreatievaartuig bezit of er één huurt en wel eens in Zuid-Holland heeft gevaren.

1. Bezit u een recreatievaartuig?

12,5 % huurt een recreatievaartuig, 12,5% leent een recreatievaartuig en 75% bezit een eigen recreatievaartuig.

2. Indien gehuurd/ geleend, hoe was de instructie?

Van de 12,5% die een recreatievaartuig huurt vindt 100% voorlichting nodig.

3. Op wat voor schip vaart u?

Op de vraag wat voor recreatievaartuig ze varen antwoordt 75% op een zeiljacht, 12,5% op een speedboat en 12,5% op een motorboot.

4. Welke beroepsvaarwegen bevaart u?

Op de vraag welke beroepsvaarwegen bevaart u, antwoordt 62,5% dat ze alle vaarwegen in Zuid-Holland bevaren. 12,5% bevaart de Dortsche Kil, 12,5% bevaart alleen het Hollandsch Diep en 25% bevaart alleen het Haringvliet.

5. Welke media gebruikt u het meest m.b.t. de scheepvaart?

Op de vraag welke media het meest wordt gebruikt met betrekking tot de scheepvaart, antwoordt 6,25% alle media en 6,25% gebruikt de ANWB Almanak voor scheepvaartinformatie. 12,5% kijkt naar de tv, 12,5% luistert naar de radio, 12,5% leest kranten, 31,25% leest tijdschriften en 18,75% bezoekt het internet.

6. Kijkt u naar specifieke tv-programma's m.b.t. de scheepvaart?

Op de vraag of ze naar specifieke tv-programma's met betrekking tot de scheepvaart kijken antwoordt 62,5% ja en 37,5% antwoordt nee. De programma's die worden bekeken zijn Yachtvision, Regattatime en programma's op Eurosport. Het programma van Rijkswaterstaat, 'Werken aan de weg', bekijkt geen van de ondervraagden.

7. Luistert u naar scheepvaart informatie op de radio?

Op de vraag of ze naar de radio luisteren voor scheepvaartinformatie antwoordt 25% dat ze regelmatig luisteren naar de radio. 37,5% antwoordt dat ze niet naar de radio luisteren, 12,5% heeft geen mening en 12,5% gebruikt de marifoon.

8. Welke kranten leest u het meest m.b.t. de scheepvaart?

Op de vraag welke kranten ze lezen antwoordt 46,2% dat ze de Schuttevaer lezen, 15,4% leest de Binnenvaartkrant, 12,5% leest de Scheepvaartkrant en 12,5% leest de Vaarkrant. 7,7% leest geen kranten.

9. *Welke tijdschriften leest u m.b.t. de scheepvaart?*

Op de vraag welke tijdschriften ze lezen antwoordt 31,6% dat ze de Waterkampioen lezen, 10,5% leest het tijdschrift Motorboot, 31,6% leest het tijdschrift Zeilen en 5,3% leest het tijdschrift Yacht Vision Magazine. 5,3% leest het tijdschrift De Jacht en 5,3% het tijdschrift Schipper van de KNWV.

10. *Hoe vaak leest u deze tijdschriften?*

Van de 31,6% die de Waterkampioen lezen, leest 15,8% de Waterkampioen altijd, 5,3% het blad af en toe en heeft 10,5% een abonnement.

Van de 10,5% die het tijdschrift Motorblad, leest 5,3% het blad altijd en heeft 5,2% een abonnement. Van de 31,6% die het tijdschrift Zeilen leest, leest 10,5% het blad af en toe en heeft 21,1% een abonnement. Van de 5,3% die het tijdschrift Yacht Vision Magazine lezen, leest 5,3% het tijdschrift maandelijks en van het tijdschrift Schipper leest 5,3% het blad altijd.

11. *Welke websites bezoekt u m.b.t. de scheepvaart?*

Op de vraag welke websites ze bezochten antwoordt 11,1% ANWB, 11,1% de website van Bureau Voorlichting Binnenvaart, 11,1% Waternet, 11,1% bezoekt Vaart.nl, 11,1% bezoekt de website van de kustwacht en 11,1% bezoekt de website van de KNWV. 33,3% bezoekt geen websites.

12. *Welke bronnen gebruikt u om aan informatie te komen tijdens het varen?*

Op de vraag welke bronnen ze aanboren tijdens het varen antwoordt 16,7% sluisen, 8,3% radio/tv, 8,3% teletekst, 25% bericht aan de scheepvaart, 8,3% ANWB Almanak, 16,7% havendienst, 8,3% Navtex en 8,3% Hydrografische dienst.

13. *Zou u een oplossing kunnen bedenken om de interactie tussen beroepsvaart en recreatievaart te verbeteren? Is voorlichting een oplossing?*

De antwoorden die op deze vraag zijn gegeven heb ik hieronder opgesomd omdat alle antwoorden vrij verschillend van elkaar zijn.

- Spotjes rondom de programma's die de grootste kijkdichtheid hebben;
- Verplichte praktijktest;
- Voorlichting is geen oplossing, de houding van de recreatievaart zal niet veranderen;
- Bij drukke sluisen zal voorlichting kunnen bijdrage aan de kennis van regelgeving;
- Bladen en tv-programma's zouden moeten wijzen op belangrijke punten zowel bij de beroepsvaart als bij de recreatievaart. Waar moet je bij elkaar opletten;
- Een boekje waar alles in op te zoeken is omtrent de voorbereiding voor het uitvaren;
- Voorlichting is geen oplossing. Voorlichting wordt meestal gemaakt door degene die zich toch wel aan de regels houden waardoor er een verkeerde insteek van voorlichting is;
- Door een praktijkcursus zal de interactie verbeterd kunnen worden;
- Voorlichting bij de jachthavens voordat men de jachthaven verlaat met de boot;
- Voorlichting via de radio.

14. Bij de beroepsvaart maken ze gebruik van mousemads met alle marifoonkanalen erop. Op welke voorwerpen die u in de stuurhut/ bij het roer gebruikt, zou u belangrijke informatie gedrukt willen zien staan zodat u de informatie altijd bij de hand heeft?

- Geen één, gewoon een duidelijk informatief boekje bij de marifoon;
- Veiligheidsinstructie boekje bij de marifoon;
- Belangrijke informatie bij het roer;
- Belangrijke informatie bij de marifoon;
- Geen informatie op gebruiksvoorwerpen.

Zouden billboards/ voorlichtingsborden langs de vaarwegen effectief zijn?

- Er staan al zoveel borden;
- Niet effectief;
- Alleen bij drukke punten is informatie handig;
- Zou wel helpen, bijvoorbeeld achterom kijken door de recreatievaart. Voorlichting zou de veiligheid verhogen zowel bij de recreatievaart als bij de beroepsvaart;
- Belemmering van het uitzicht;
- Leidt te veel af;
- Geen mening.

Naast antwoorden op de vragen hadden sommigen geïnterviewden een aantal losse opmerkingen:

- De tolerantie gaat achteruit en daarmee ook het fatsoen. Vroeger pakte men nog wel is een touw aan voor een ander en lieten ze elkaar voorgaan bij een sluis. Tegenwoordig is dat allemaal verdwenen;
- Recreatievaart moet zich aan de regels houden;
- Door de huidige technologie denken veel mensen dat theoretische en praktische kennis niet nodig meer is;
- Hoge mate van onbegrip bij recreatievaarder en beroepsvaarder. Normen en waarden ontbreken bij beide doelgroepen.

Onderzoek beroepsvaart

Uit een onderzoek¹¹ van december 2001 is gebleken dat de meest gelezen kranten in de beroepsvaart de Scheepvaartkrant en Binnenvaartkrant zijn. Deze twee kranten zijn gratis en zijn op veel binnenvaartpunten verkrijgbaar zoals bunkerschepen, scheepvaartrederijen, sluisen etc.. De Schuttevaer wordt ook in de beroepsvaart gelezen, maar deze krant is duur en richt zich steeds meer op andere segmenten dan binnenvaart. Een abonnement op Schuttevaer circuleert vaak onder familie en vrienden. Onder de tijdschriften wordt Magazine Binnenvaart vaak gelezen. Sommige binnenvaarders lezen ook wel HSB.

Het interview van de binnenvaart is afgenomen bij vijf binnenvaartschippers.

1. Welke tijdschriften leest u m.b.t. de scheepvaart?

Magazine Binnenvaart en Schifffahrt und Technik, 'Voortvarend' blad van de KvK en diverse bladen die worden uitgegeven door de RABO-organisatie

2. Welke websites bezoekt u?

Door de trage verbinding via de GSM bezoekt de binnenvaartschipper vrijwel niet het internet. Wel maken ze gebruik van de é-mail.

3. Welke kranten leest u m.b.t. de scheepvaart?

Alle ondervraagden lezen de Binnenvaartkrant, Scheepvaartkrant en Schuttevaer.

4. Welke bronnen gebruikt u om aan informatie te komen tijdens het varen?

Sluisen, teletekst, bericht aan de scheepvaart, informatie via de opdrachtgever, andere binnenvaartschippers, teletekst, é-mail en via de fax kan je waterstanden ophalen van Duisburg

5. Zou u een oplossing kunnen bedenken om de interactie tussen beroepsvaart en recreatievaart te verbeteren? Is voorlichting een oplossing?

Om de recreatievaarder bewuster te maken van de beroepsvaart vindt de beroepsvaart dat er een praktijkcursus naast de theoriecursus gegeven moet worden. Daarbij moet de recreatievaart op de eventuele gevaren van de beroepsvaart gewezen worden. Denk hierbij aan de dode hoek van een binnenvaartschip.

Verplicht marifoon op hoofdtransportassen. Betere voorlichting bij de lessen van het Klein Vaarbewijs zou een goede oplossing zijn. Recreatievaart krijgt te weinig voorlichting. Herhaling van de theorie cursus is niet nodig, dat is met het rijbewijs toch ook niet nodig. Je blijft toch wel op de hoogte van veranderingen door de schuttevaer en de schippersbonden Schippersorganisaties. Voorlichting wordt wel als oplossing gezien maar dan wel via de tv en/of radio. Hoe moet de recreatievaart en de beroepsvaart anders op de hoogte worden gesteld van elkaars onbegrip.

6. Op welke gebruiksvorwerpen die u in de stuurhut gebruikt zou u belangrijke informatie gedrukt willen zien staan zodat u de informatie altijd bij de hand heeft?

¹¹ Onderzoek Radio Holland Marine In 2001

Met de elektronische kaarten van tegenwoordig met plaatsbepaling heb je voor en tijdens de vaart alle informatie bij de hand. Wel zou op de GPS-kaart meer informatie vermeld kunnen worden.


7. Zou een billboard/ reclame langs de vaarwegen effectief zijn?

Reclame langs de vaarwegen vinden de beroepsvaarders geen optie, wel bij sluizen. Onder het varen let je er niet op maar bij een sluis zou het eerder opvallen.


Bijlage 3

Vaartpeiling 25 februari t/m 2 maart 2003

Beroeps- en recreatievaart komen elkaar tegen. De Hiswa luidt het nieuwe vaarseizoen in. Hoe breng je vaarwegdelers met elkaar in contact? Op beurzen? Met kranten en tijdschriften? Of liggen er nieuwe kansen voor het internet?

 47% - 24 stemmen voor:


kranten

 23.5% - 12 stemmen voor:


internet

 21.5% - 11 stemmen voor:


beurzen

 5.8% - 3 stemmen voor:

tv

 1.9% - 1 stemmen voor:

tijdschriften

 0% - 0 stemmen voor:

radio

Totaal aantal stemmen: 51

Kranten, waarschijnlijk ook vakkranten, zijn de aangewezen media om zowel beroeps- als recreatievaarders te bereiken. Dat blijkt uit de jongste VAARTI Peiling met 51 stemmers, waarvan 47% zegt vooral via kranten bereikbaar te zijn. Internet (23,5%) wint het als tweede keus nog net van het medium beurzen (21,5%). Televisie scoort opvallend laag 5,8%. Een stemmer wees erop dat de luchthoorn en de portemonnee in het rijtje media ontbraken: 'Veel recreatievaarders leren als ze zich een ongeluk schrikken en de meeste binnenvaarders als het geld kost.' Een andere stemmer stelde vast dat 'de burger niets van binnenvaart weet'. De vraag kwam overigens van een VAARTIlezer die voor beleidsdoeleinden op zoek is naar het juiste medium voor interactie tussen beroeps- en recreatievaart. De nieuwe VAARTI Peiling loopt vooruit op het internetcafé vrijdag 7 maart in Nijmegen, met de vraag: 'Wie bewaart je medisch dossier?'