

Hoe je kijkt, maakt wat je ziet

De (operationele) omgevingsanalyse



Anno 2015 zijn de woordvoerders van hulpdiensten niet meer de enige personen die informatie verspreiden over incidenten. Sociale media stellen burgers in staat om zelf informatie over een incident online te delen met anderen. Wat kunnen hulpdiensten met al die beschikbare informatie? Met een (operationele) omgevingsanalyse kunnen veiligheidsregio's en hulpdiensten informatie uit de buitenwereld naar binnen halen. Dat maakt het mogelijk om sneller en effectiever op incidenten te reageren.

Deze kennispublicatie is een eerste stap om een verbreding en verdieping aan te brengen op de omgevingsanalyse. Hij is gericht op functionarissen binnen de hulpdiensten en veiligheidsregio's, zoals informatiemanagers, (communicatie-) adviseurs, maar ook Officieren van Dienst en hoofden Taakorganisatie. Daarnaast is de kennispublicatie relevant voor iedere organisatie in het veiligheidsdomein met een rol binnen de crisisbeheersing.

1. Wat is een omgevingsanalyse?

Een omgevingsanalyse brengt informatie in kaart die relevant is voor het optreden van hulpdiensten. Het volgende citaat komt uit het 'Handboek voor communicatie in crisissituaties' van de Rijksvoorlichtingsdienst uit 2003. Ondanks dat het al ruim tien jaar oud is, is het citaat nog altijd van toepassing.

“Wanneer zich een crisissituatie aandient, moeten de instanties niet alleen snel handelen, maar moeten zij ook op een systematische en consistente manier omgaan met de enorme hoeveelheid informatie die geproduceerd wordt, en moeten zij systemen ontwikkelen die hen in staat stellen hun boodschap naar buiten uit te dragen en tegelijkertijd informatie van buitenaf te verzamelen.”

In de crisiscommunicatie is het maken van een omgevingsanalyse de belangrijkste pijler voor de communicatiestrategie, zowel tijdens crises als de dagelijkse gang van zaken.

Onderzoek laat zien dat goede omgevingsanalyse noodzakelijk is

“De betekenis van de media en zeker ook van de sociale media voor de gebeurtenissen, besluitvorming en beeldvorming neemt nog steeds toe. De waarde van een goed georganiseerde omgevingsanalyse kan niet worden overschat. Eenstemmigheid van de autoriteiten naar buiten toe en voldoende voorbereiding op deze externe communicatie leveren veel winst op. Twitter is een uitstekend medium voor de verspreiding van geruchten; tegelijkertijd kan goede 'rumour control' (aangeven wat wel en wat niet juist is) ook effectief geschieden. Een krachtig, transparant en eensgezind mediaoptreden van autoriteiten levert veel vertrouwen op en is een belangrijke voorwaarde voor succesvol crisismanagement.”¹

1.1 Taken van de omgevingsanalist

De omgevingsanalist verzamelt en analyseert informatie uit diverse mediabronnen (krant, radio, tv en sociale media) over de beleving, informatiebehoefte en het gedrag van het publiek en de pers, ten behoeve van de communicatieaanpak.

Volgens de functiebeschrijving dient de omgevingsanalist de volgende kerntaken uit te voeren:²

1. Verzamelen van gegevens over wat er speelt en leeft bij publiek en pers over incident/crisis

- > Informatie onttrekken aan traditionele en sociale media enerzijds en aan publieks- en persvragen anderzijds.
- > Gedragingen, informatiebehoefte en betekenisgeving registreren van direct betrokkenen, publiek en media ('wat speelt en leeft er'), blijkend uit: woordkeuze, uitspraken, vragen, geruchten, onjuistheden, tegenstrijdigheden, onzekerheden, angsten en (voorgenomen) activiteiten.
- > Informatie registreren die het verloop van de gebeurtenissen kan beïnvloeden.
- > Een inschatting maken van de spelers in het krachtenveld, hun belangen en de context waarin de crisis zich afspeelt.
- > Een inschatting maken van welke partijen de crisis als (mogelijke) communicatiekans zullen aangrijpen en welke politieke gevoeligheden deze crisis op landelijk niveau met zich meebrengt.

2. Analyseren en verwerken van gegevens ten aanzien van beleving, informatiebehoefte en gedrag van publiek en pers tot een omgevingsanalyse

- > De informatiebehoefte, betekenisgeving en gedragingen van de buitenwereld naar binnen brengen.
- > In communicatietermen verwoorden welke kernwaarden (zoals veiligheidsgevoel) in het geding zijn.
- > Bovenstaande stappen verwerken tot een omgevingsanalyse.

3. Meten van het effect van de communicatieaanpak en hierover rapporteren aan de communicatieadviseur

- > Een vergelijking maken tussen het laatste adviesrapport omgevingsanalyse en de huidige omgevingsanalyse, om het effect van de huidige communicatieaanpak vast te stellen in termen van informatiebehoefte, betekenisgeving en gedrag.
- > Dit toevoegen aan de omgevingsanalyse.

4. Geven van voortgangs- of afwijkingsinformatie aan de teamleider

De omgevingsanalist kijkt vanuit drie verschillende invalshoeken naar de buitenwereld: vanuit de informatiebehoefte, de betekenis van het incident en het mogelijke handelingsperspectief. Deze drie invalshoeken komen voort uit de drie doelen van crisiscommunicatie en zijn ook te gebruiken voor het verzamelen van informatie. Een omgevingsanalyse levert dus een beeld op van de buitenwereld dat de organisatie gebruikt voor haar communicatiestrategie. De uitwerking van de communicatiestrategie wordt vervolgens weer gecheckt via de omgevingsanalyse.

De Strategie Nationale Veiligheid geeft een aantal specifieke criteria waar de omgevingsanalist op kan letten bij het analyseren van het vertrouwen van de bevolking (en gebrek aan informatie), de perceptie en het gewenste handelingsperspectief. Aan de hand van deze indicatoren zijn de verwachte en feitelijke reactie van de bevolking te beoordelen.

Op de volgende pagina zijn in een overzicht de doelen van crisiscommunicatie, de invalshoeken van de omgevingsanalyse en de specifieke criteria voor de omgevingsanalyse uit de Strategie Nationale Veiligheid weergegeven.

1.2 Sociale media als informatiebron

Sociale media hebben twee verschillende functies. Allereerst worden ze gebruikt als communicatie-instrument om de buitenwereld op de hoogte brengen van de stand van zaken rondom een incident. Daarnaast vormen sociale media - naast traditionele media, pers- en publieksvragen - tijdens een crisis een belangrijke informatiebron voor de omgevingsanalyse.³

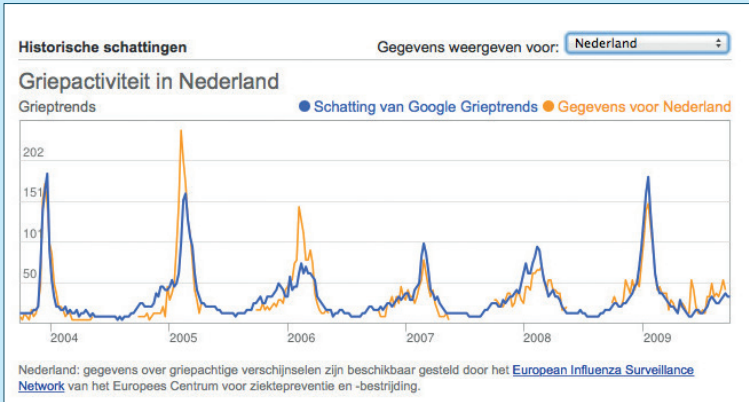
Informatie van sociale media is *realtime* te volgen; dat wil zeggen dat er geen vertraging is in de uitwisseling van gegevens. Via sociale media kunnen gebruikers informatie direct plaatsen en snel verspreiden waarmee de informatie zeer actueel kan zijn. Het verzamelen en analyseren van die informatie kan bijdragen aan de beeldvorming over een incident.

Doelen van crisiscommunicatie*	Invalshoeken omgevingsanalyse
<p>Informatiebehoefte</p> <ul style="list-style-type: none"> > Informeren over de dreiging en/of gevaren en de maatregelen die de overheid getroffen heeft. > Het wegnemen of bijsturen van opvallende zaken in de communicatie-uitingen, die de impact versterken (geruchten of indringende foto's). 	<p>Informatiebehoefte</p> <ul style="list-style-type: none"> > Verstrek de organisatie voldoende en de juiste informatie? > Welke vragen stellen burgers over de oorzaak of gevolgen van het incident? > Welke geruchten gaan hierover rond?
<p>Betekenisgeving</p> <ul style="list-style-type: none"> > Duiden van de gebeurtenis door deze in een breder perspectief te plaatsen en negatieve gevoelens en emoties te kanaliseren. 	<p>Betekenis van de gebeurtenis</p> <ul style="list-style-type: none"> > Hoe is de sfeer 'op straat' omtrent het incident? > Zijn burgers bezorgd, angstig of ongeduldig? > Is er sprake van eensgezindheid of zijn de meningen sterk verdeeld?
<p>Schadebeperking/handelingperspectief</p> <ul style="list-style-type: none"> > Alarmeren en alerteren bij dreiging/ gevaren en het bieden van een handelingperspectief om de schade of impact van de gebeurtenis te beperken. 	<p>Schadebeperking/handelingperspectief</p> <ul style="list-style-type: none"> > Welk gedrag vertonen burgers; gelatenheid, neiging tot oproer of protest? > Bestaat er een hulpvraag waar de organisatie iets mee kan? > Bieden burgers hulp aan waar de organisatie op kan inspelen?
<p>Op vragen en zaken waar niet nader op kan worden ingegaan is procesinformatie een antwoord. Communicatie over een specifiek operationeel proces kan bijdragen aan het vertrouwen in de overheid, betrokken instanties en hulpverleningsdiensten.</p>	

	Specifieke criteria voor omgevingsanalyse uit Strategie Nationale Veiligheid
	<p>Vertrouwen van de bevolking: Zijn burgers er zeker van dat de hulpdiensten en andere betrokken organisaties het incident goed kunnen oplossen en geen informatie achterhouden?</p> <ul style="list-style-type: none"> > Wordt de betreffende partijen het ontstaan van de gebeurtenis of het optreden van ongewenste gevolgen verweten? > Is het vertrouwen in het optreden van de hulpdiensten en andere relevante partijen geschaad? > Wantrouwen burgers de informatievoorziening over de oorzaken van de gebeurtenis?
	<p>Perceptie van de bevolking: Is de algemene tendens dat er angst of onzekerheid is, of zijn burgers juist niet zo bezorgd bij het incident?</p> <ul style="list-style-type: none"> > Is de bevolking bekend met de aard of de oorzaak van het risico? > Is de bevolking onzeker over de dreiging of het gevaar en de mogelijkheid dat iemand er persoonlijk door wordt geraakt ? > In hoeverre is de gebeurtenis 'onnatuurlijk'? > Kunnen specifieke of kwetsbare groepen - kinderen, ouderen, zieken, armlastigen - onevenredig zwaar worden getroffen?
	<p>Handelingsperspectief van de bevolking: Is het duidelijk wat iedereen kan doen bij een incident, zijn betrokkenen (zelf) redzaam?</p> <ul style="list-style-type: none"> > Is de bevolking bekend of juist onervaren met (zelf)redzaamheid in een dergelijke situatie. > In hoeverre kan de situatie persoonlijk worden beheerst?

Google flu

Google flu is een project dat gebruikmaakt van realtime data van sociale media en internet.⁵ Google registreert zoekopdrachten gerelateerd aan griep. Hierbij valt te denken aan mensen die zoeken naar symptomen van griep als '#koorts' en '#hoesten', maar ook zoekopdrachten gerelateerd aan #medicatie. De gegevens van deze analyse laten een patroon zien dat overeenkomt met traditionele indicaties van griepuitbraken.



De realtime datastream maakt het mogelijk om incidenten zoals griepuitbraken te volgen en eerder op te sporen. Organisaties op het gebied van gezondheidszorg kunnen van deze gegevens gebruikmaken om hun dienstverlening aan te passen. Ongebruikelijke waarden, zoals plotselinge pieken in de gegevens rond de grieprends, zijn een indicatie dat het griepvirus zich sneller verspreidt. Om dit tegen te gaan, kunnen gezondheidsorganisaties besluiten zwakkere bevolkingsgroepen als ouderen en (chronisch) zieken in een vroeger stadium in te enten of algemene preventieve maatregelen door te voeren zoals is gebeurd na de Mexicaanse griep (H1N1). Denk bijvoorbeeld aan het breed verspreiden van een preventieposter.

	<p>Vermijd contact met mensen met griep.</p>
	<p>Was regelmatig uw handen met water en zeep.</p>
	<p>Gebruik een papieren zakdoek bij hoesten, niezen of snuiten.</p>
	<p>Raak zo min mogelijk uw mond, neus of ogen aan.</p>
	<p>Blijf thuis en blijf uit de buurt van anderen als u griep hebt.</p>



1.3 Aandachtspunten voor het maken van omgevingsanalyses

In de kennispublicatie ‘Sociale media-analyses van vijf kritieke momenten’ worden de volgende aandachtspunten meegegeven voor een omgevingsanalyse.⁶

1. Kort na aanvang van een incident (het eerste uur) volgen op sociale media vaak reacties waarin mensen hun eigen conclusies trekken over de oorzaak of de gevolgen van het incident. De eigen aannames en ook het niet beantwoorden aan verwachtingen (denk aan het afgaan van de sirene of het uitsturen van een NL-Alert) leiden vaak tot klachten of uitingen van bezorgdheid. Ook kan een gebrek aan informatie de weg vrijmaken voor geruchten. De omgevingsanalist zal hierop alert moeten zijn. De communicatie vanuit de betrokken organisaties kan dan vanaf het begin hierop inspelen en het publiek meenemen in de nieuwsvoorziening, bijvoorbeeld door het geven van procesinformatie.

Noot

Reageren op emoties via sociale media is lastig. De kans bestaat dat een bericht niet op zijn waarde wordt geschat en geforceerd overkomt. Sociale media kunnen uiteraard worden ingezet voor informatieverstrekking en het rechtzetten van feitelijke onjuistheden. Begrip tonen voor emoties komt meestal krachtiger over als dat offline gebeurt, omdat ook non-verbale communicatie daarbij een rol speelt.

De precieze samenstelling van deelnemers aan het online gesprek is niet altijd duidelijk. Aanjagers van discussies hoeven niet de direct betrokkenen te zijn. Ook kunnen direct betrokkenen en naasten op afstand de situatie anders ervaren, zo bleek bijvoorbeeld tijdens Pinkpop 2014. En naast burgers laten ook professionals en hulpverleners van zich horen.

Wat bij een omgevingsanalyse kan helpen, is het van te voren aanleggen van twitterlijsten op doelgroep. Ten tijde van een incident kan dan snel een selectie worden gemaakt als dat nodig is.

Voorbeeld twitterlijst

- > P2000
- > journalisten/media-accounts
- > burgers (op gemeente-, plaats- of wijkniveau)
- > crisisprofessionals
- > (amateur)hulpverleners
- > politici/beleidsmakers

2. Sociale media hebben een signalerende en oriënterende waarde. Het online gesprek lijkt vaak kritischer dan de algemene publieke opinie. Veel klachten betekent niet per definitie een negatieve publieke opinie, maar het is wel een signaal. Het is daarom goed vooraf te bepalen welke emoties je wilt monitoren. Deze kunnen dan worden getagd (gecategoriseerd), waardoor ontwikkelingen op sociale media zichtbaar worden gemaakt en snel conclusies getrokken kunnen worden. De manier waarop gemonitord wordt, is altijd afhankelijk van het doel.

Voorbeeld taggen bij monitoren van maatschappelijke onrust

- > Thema: welke thema's en vragen zijn dominant en op welk moment?
- > Signalen: denk aan protest, bedreigingen, geruchten, klachten.
- > Emotie: welke specifieke emoties leven er en hoe ontwikkelen sentimenten zich in de tijd?
Relevante emoties zijn volgens onderzoek in ieder geval: boosheid, angst, minachting, walging en wrok.⁷ Daarnaast kunnen emoties als tevredenheid en medeleven getagd worden. Het interpreteren van sarcasme of humor in online conversaties en deze onderscheiden van serieuze informatie kan lastig zijn. Grappen kunnen een indicatie zijn dat mensen de situatie niet zo ernstig inschatten.

Het is aan te raden om op meerdere onderdelen te monitoren, zodat na afloop ook combinaties kunnen worden gemaakt bijvoorbeeld van thema en emotie. Let wel: om de juiste informatie te verzamelen, zijn goede zoektermen noodzakelijk.

Noot

Soms is het aantal berichten te beperkt om conclusies te kunnen trekken, soms zijn de resultaten uit een analyse niet fijnmazig genoeg. Het is altijd goed om ter plaatse het sentiment te peilen. Online kunnen andere gevoelens spelen dan offline.

3. Zoeken op dominante woorden is een mooi begin, maar zegt niet alles.
 - > Maak vooraf een inschatting welke sociale mediabronnen gebruikt zullen worden om ervaringen te delen.
 - > Kijk ook - op basis van geo-informatie - naar berichten die afkomstig zijn van de locatie van het incident.
 - > Kijk naar berichten die direct aan de organisatie of hulpdiensten worden gericht; vaak worden daarin niet de standaard zoekwoorden gebruikt.
 - > Houd er rekening mee dat er vaak spelfouten in berichten voorkomen, zoals 'communicasie' in plaats van communicatie en 'nuclair' in plaats van nucleair. Houd ook rekening met spreektaal. Mensen zoeken bijvoorbeeld op beving in plaats van aardbeving.
 - > Daarnaast zit er ruis in de woorden die je wilt monitoren, denk bijvoorbeeld aan brand: je hebt Brand bier en Brand is ook een gehucht in Noord-Brabant. Relevant hierbij is de vraag of je door ruis significante informatie mist. Vaak zal dit wel meevallen. Is de reden van de ruis te achterhalen, dan is deze ook eenvoudig weg te filteren door bepaalde woorden of woordcombinaties uit te sluiten (zie voor voorbeelden de bijlage achterin deze kennispublicatie).

Zoekwoorden ten behoeve van het monitoren

Tanja Jans was online adviseur bij het project NSS2014 bij Buitenlandse Zaken. Zij schrijft in het boek 'Sociale media veranderen het veiligheidsdomein' het volgende over het monitoren van sociale media bij evenementen: "Vanuit de Nuclear Security Summit keek men vooral naar de hashtag #NSS2014 en alle woorden die in de titel voorkwamen. Wat bleek? Het publiek twitterde vooral over de "Nucleaire top" of de "Atoomtop". Onthoud dus dat het eigenhandig labelen met bijvoorbeeld een hashtag, niet altijd overgenomen wordt door het publiek. Zeker bij rampen doe je er goed aan om nauwgezet te monitoren welke hashtag het publiek gebruikt en daarbij aan te sluiten, zelfs al is het een woord met een negatieve connotatie."

Dit is een belangrijke tip. Het gaat erom (ook) die zoekwoorden te gebruiken waarmee het publiek op sociale media informatie deelt. Zoals Jans dat verwoordt: "Bepaal eerst de logische zoekwoorden, zoals: de naam van je organisatie, bewindspersonen of directienamen, de onderwerpen waarin je actief bent et cetera. Hieruit kun je opmaken hoe het publiek op internet zaken labelt." Bij evenementen zijn zoekwoorden vorm te geven aan de hand van het evenement. Bij een festival zijn dit bijvoorbeeld naast de naam van de organisatie, ook namen van artiesten en mogelijke risico's zoals noodweer. Bedenk wat dan mogelijke zoekwoorden zijn die bezoekers of thuisblijvers zullen gebruiken. Maak het niet statisch; durf de zoekwoorden regelmatig aan te passen.

4. Beelden kunnen de beeldvorming sterk beïnvloeden. Bij een zichtbare calamiteit, zoals de brand bij Moerdijk, het noodweer op Pinkpop (donkere wolken), ligt het voor de hand dat er veel beelden gedeeld worden (foto's, video's, screenshots). Op die momenten kunnen ook andere sociale netwerken als Instagram, YouTube en Pinterest van grote invloed zijn. Daarnaast kunnen zogenaamde 'trollen' actief zijn, die met Photoshop bewerkte beelden of een uit de context getrokken afbeelding, geruchten kunnen uitlokken of verspreiden. Bij beelden moet dus ook de betrouwbaarheid gecheckt worden (zie paragraaf 1.5).

5. Communicatie via traditionele media heeft vaak een uitwerking op sociale media, en andersom. Veel journalisten gebruiken sociale media als bron voor hun nieuwsvoorziening. Het zijn dus geen aparte werelden. Ook reacties op de traditionele media zijn belangrijk om te monitoren, inclusief blogs en pers- en publieksvragen.

1.4 Beperkingen bij omgevingsanalyses

Een volledige of complete dataset met alle sociale mediaberichten over een incident is een utopie; er zullen altijd berichten worden gemist. Dat is op zich geen probleem, maar wees je ervan bewust. Niet alles is openbaar en niet alles is vindbaar. Daarvoor zijn onder andere de volgende redenen te geven.

- > De beperkte openbaarheid van Facebookdata (Facebookprofielen zijn veelal afgeschermd).
- > Whatsapp-groepen zijn afgesloten.
- > Niet iedereen gebruikt de dominante hashtags of voor de hand liggende termen bij het posten van een bericht op sociale media.
- > Volledige conversaties worden soms niet zichtbaar, omdat niet in ieder bericht het thema wordt genoemd waar op gezocht wordt. Wanneer iemand uit eigen initiatief een bericht op sociale media plaatst, beschrijft hij of zij meestal de context. Maar wanneer iemand op een bericht reageert, is die context al beschreven en noemt de auteur vaak niet meer de woorden of woordcombinaties die opgenomen zijn in de standaard zoekopdracht.

Daarbij gaat de openheid van netwerken waarschijnlijk ook veranderen. Altimeter, een groot Amerikaans onderzoeksbureau, verwachtte eind 2013 dat sociale netwerken in de toekomst een meer gesloten karakter zouden krijgen. Ze kregen gelijk met WeChat, Snapchat en Tango. Deze sociale media zijn applicaties die tot op zekere hoogte alleen toegankelijk zijn binnen de privésfeer. Voor overheden betekent dit dat ze extra moeite moeten doen om deel te kunnen blijven nemen aan die netwerken en om relevante informatie en de dialoog te kunnen blijven opzoeken.

1.5 Betrouwbaarheid

Een zeer belangrijk onderwerp in de omgevingsanalyse is de vraag: is de informatie valide? Dat is en wordt ook meer en meer de vraag in de crisisbeheersing: Is dit gerucht waar? Is deze foto wel echt? Is deze video niet maanden voorafgaand aan het incident opgenomen?

Op een persconferentie na de schietpartij in Alphen aan den Rijn (9 april 2011) werd meegedeeld dat iedereen met de naam Tristan van der Vlist, gezien de reacties op sociale media, wellicht 'geen leven' meer zou hebben. Er had zich namelijk iemand gemeld onder de naam Tristan van der Vlist. Dit bleek achteraf een verzonnen verhaal van een Twitteraar die een nieuw profiel had aangemaakt. Check daarom altijd de bron. Als informatie niet klopt, betekent dit overigens niet dat de organisatie niets hoeft te doen. Verkeerde informatie of beelden over een incident kunnen de impact van het incident vergroten. Om dat te voorkomen zal er actief moeten worden gehandeld.

Voor het verifiëren of weerleggen van informatie kan samenwerking gezocht worden met ketenpartners in de crisisorganisatie.



A screenshot of a tweet from the account 'CasualUltra.com' (@CasualUltra_). The tweet text reads: 'Riots outside the stadium! #BRA #GER'. Below the text is a photograph showing a night scene of a riot with fire, smoke, and people. The tweet has 1,142 retweets and 137 favorites. It was posted on July 8, 2014, at 14:11.



A screenshot of a tweet from the account 'Roy Johannink' (@hermelhoes). The tweet text reads: 'The photo of the riots outside the stadium is an old one! portafolio.co/internacional/... #bradui #brager (cc @CasualUltra_)'. Below the text is a row of small profile pictures of users who interacted with the tweet. The tweet has 11 retweets and 2 favorites. It was posted on July 8, 2014, at 14:20.



A screenshot of a tweet from the account 'Agencias'. The tweet text reads: 'A dos semanas de haber comenzado, las protestas se han tornado más violentas en el gigante suramericano. Foto: Agencias'. Below the text is a photograph showing a night scene of a riot with fire, smoke, and people. The tweet was posted on June 27, 2013, at 9:53 pm.

Tips om berichten te valideren

Wat is de relevantie?

- > Voor wie en waarom is dit relevant?
- > Wat is het doel?
- > Is het serieus, is het grappig bedoeld, moet het voor verwarring zorgen? (Denk bijvoorbeeld aan bewerkte beelden)
- > Waartoe kan het leiden?

Wat is de impact?

- > Geeft het bericht of de afbeelding de onzekerheid van mensen weer?
- > Schaadt dit het vertrouwen?
- > Is de impact laag, dan is de vraag: wil je investeren in het controleren van de juistheid van de informatie?

Wie is de bron?

- > Wie, waar en wanneer is het profiel online gezet?
- > Is bekend wie de afzender is?
- > Is bekend waar deze persoon woont?
- > Bestaat er een profielfoto?
- > Is bekend wanneer het profiel online is gezet?
- > Wat voor berichten zijn al eerder door die persoon geplaatst?
- > Hoeveel berichten en wanneer zijn deze verstuurd?
- > Wie staan in relatie tot de bron? Zijn deze personen te benaderen?

2. De operationele omgevingsanalyse: wat, hoe en wanneer?

Met de operationele omgevingsanalyse wordt de buitenwereld naar binnen gehaald met als doel de operationele processen bij te sturen; dit in tegenstelling tot de (gewone) omgevingsanalist die primair de communicatiestrategie als perspectief heeft. Het gaat bijvoorbeeld om informatie ten bate van de opsporing, de brandbestrijding of de opvang van burgers. Hulpdiensten kunnen voor al deze processen baat hebben bij de informatie die op sociale media wordt geplaatst, zowel ten tijde van een incident of crisis als in de normale situatie.

GHOR Groningen klaar voor operationele omgevingsanalyse

“Enkele jaren geleden kon mijn zoon van negen mij al vertellen wat voor incident er gaande was als bij mij de pieper afgang. Zijn ‘smartphone’ bleek een snellere informatiebron te zijn dan mijn ‘formele’ wereld. Sociale media zijn vaak sneller dan onze reguliere (informatie)kanalen. Die beide werelden moeten we verbinden. Als GHOR Groningen hebben we het afgelopen jaar onderzocht op welke wijze sociale media zijn te gebruiken als informatiebron voor de gezondheidsprocessen. In Groningen zijn we klaar om verder te gaan met het implementeren van een operationele omgevingsanalyse in onze crisisorganisatie. Het doel moet zijn: het versterken van de reguliere hulpverlening en sociale media kunnen daar zeker bij helpen,” aldus Sipke Benus, Hoofd bureau GHOR Groningen en uitvoerend Algemeen Commandant.⁸

Door het verkrijgen van realtime informatie kunnen hulpdiensten bij onverwachtse gebeurtenissen niet alleen snel een beeld van de situatie vormen, maar ook hun capaciteiten eerder en efficiënter inzetten. Een foto van een zandverzakking of hoogstaand water is een signaal waar waterschappen operationeel iets mee kunnen. De eerste vraag is: wisten we dit al of nog niet? En de tweede: wat betekent dit voor ons? Mogelijk is de situatie urgent genoeg voor het waterschap om de situatie ter plaatse te controleren en, indien nodig, maatregelen te treffen.

 **Jeroen Berkenbosch**
@berkenbosch Volgen

Er komt weer water uit de dijk bij [#woltersum](#). Niet door [#hoogwater](#) maar waarschijnlijk lek in waterleiding.





RETWEETS
4 

15:35 - 22 mei 2012

Informatie op sociale media kan een eerste indicator zijn van mogelijke risico's of problemen. Wanneer hulpdiensten hier tijdig op inspelen, kunnen zij wellicht voorkomen dat het probleem escaleert of optreedt. Het zoeken naar specifieke operationele informatie op sociale media is echter als het zoeken naar de spreekwoordelijke speld in de hooiberg. De crux is dus: weten we wat we willen weten.

Werkwijze inlichtingendiensten

Een operationele omgevingsanalyse is in feite vergelijkbaar met het werk van inlichtingendiensten. Zo is er sinds 2015 een expertcentrum om maatschappelijke spanningen en radicalisering onder jongeren vroeg op te sporen. Het expertcentrum richt zich vooral op lokale risicogebieden, dat wil zeggen: wijken waar grote spanningen bestaan tussen (etnische) groepen en waar radicalisering op de loer licht. Het expertcentrum volgt jongeren die zich in een risicogebied bevinden en let op signalen die erop duiden dat deze jongeren radicaliseren zodat gepaste maatregelen kunnen worden genomen.

Er zijn overeenkomsten tussen deze methode en de operationele omgevingsanalyse voor hulpdiensten, namelijk:

- > het zoeken naar informatie gebeurt gericht door te monitoren op potentiële risico's; op basis van het vooraf vastgestelde risicobeeld verzamelt de analist informatie
- > hulpdiensten gebruiken deze informatie om incidenten te voorkomen of efficiënter aan te pakken.

2.1 Monitoren voor, tijdens en na een crisissituatie

Voor de operationele omgevingsanalyse is het van belang een vertaalslag te maken van de informatie die onder andere via sociale media verkregen wordt naar de concrete inzet van mensen en middelen. Welke informatie heeft een hulpdienst nodig om haar taken goed uit te voeren?

Monitoren voor een incident

Als er nog geen incident is, hoe weet je dan als organisatie waar je naar moet zoeken? Er moet een beeld zijn van welke incidenten de veiligheidsregio kunnen bedreigen en welke impact deze incidenten kunnen hebben. Daarvoor biedt het regionaal risicoprofiel houvast. De impactcriteria uit het regionaal risicoprofiel kunnen worden vertaald naar de informatiebehoefte van de eigen organisatie. Een hulpdienst kan zichzelf de vraag stellen: als een incident zich voordoet, wat verwachten we dan op sociale media te vinden? Eén manier om daarachter te komen, is te kijken naar soortgelijke incidenten uit het verleden. Welke berichten hebben mensen toen online geplaatst? Welke woorden gebruikten ze? Deze zijn namelijk te gebruiken als zoektermen.

In de bijlage staan voorbeelden van zoektermen die ze in Groningen gebruiken voor het monitoren van aardbevingen.

Twitter als basis voor aardbevingsalarm

Het KNMI is in Nederland het instituut dat aardbevingen registreert en berekent welke kracht een beving heeft gehad. Het uitlezen en berekenen van deze gegevens kost tijd. Tijd die er in een noodsituatie vaak niet is. Daarom heeft de veiligheidsregio Groningen gezocht naar manieren om sneller te alarmeren. Deze zoektocht leidde naar sociale media. De ervaring leert namelijk dat wanneer mensen een aardbeving voelen, zij dit binnen enkele minuten delen op Twitter, ook al is het midden in de nacht. Daarmee vormen deze berichten een prima bron om snel te achterhalen dat er een aardbeving is geweest. Met behulp van een datasysteem worden alle relevante tweets uit de regio Groningen verzameld op basis van een geo-tag (de gps-coördinaten van een verzonden bericht). Vervolgens bekijkt het systeem welke berichten specifiek over aardbevingen gaan. Via een geautomatiseerd proces worden vervolgens ingesproken berichten verstuurd naar de calamiteitencoördinator en het RTIC. Het verzamelen en analyseren van de tweets is niet alleen relevant voor een snelle alarmering. Op het moment dat het daadwerkelijk om een aardbeving gaat waarbij (grootschalige) hulpverlening nodig is, kan een analyse van alle tweets uit het getroffen gebied een beeld geven van de feitelijke situatie, zoals de schade aan gebouwen en de infrastructuur en de eventuele slachtoffers. Bovendien plot het systeem (voor zover mogelijk) de tweets op een kaart en maakt het een overzicht van alle geplaatste foto's.⁹

Monitoren tijdens een incident

Op basis van de informatie die door betrokkenen ter plaatse online wordt geplaatst, kunnen hulpdiensten inzicht krijgen in wat nodig is voor de incidentbestrijding. Elke type incident vraagt om een specifieke inzet van mensen, materiaal en middelen, en het kan zijn dat er al mensen of middelen aanwezig of beschikbaar zijn. Voor hulpdiensten is het zaak om de eigen processen hierop af te stemmen. De massale inzet van burgers na de vermissing van Julian en Ruben (2013) is een duidelijk voorbeeld. Het zorgde ervoor dat de politie op grotere schaal en met de inzet van meer mensen kon zoeken naar de jongetjes.

Een ander voorbeeld: Op 16 december 2014 brak een grote brand uit in de jachthaven Het Steel in Roermond. Om 21:44 uur kwam bij de brandweer de eerste melding van de brand binnen. Rond 22.10 uur verschenen de eerste berichten over de brand op sociale media. De foto's laten de rookverspreiding zien vanuit het stedelijke gebied en kunnen mogelijk een informatiebron zijn voor de hulpdiensten. Op één van de foto's is behalve de grote rookontwikkeling ook te zien dat burgers in groten getale toestromen om naar de brand te kijken. Dit kan een signaal zijn voor de politie om haar proces ordehandhaving ter plaatse te moeten uitvoeren. En staan inwoners in de rook, dan is dat slecht voor hun gezondheid. Dat kan gecommuniceerd worden. Daarbij kan de geneeskundige hulpverlening zich alvast voorbereiden op omstanders met mogelijke ademhalingsproblemen, mochten mensen in de rook blijven staan.

David Dunnaway @daviddunnaway Volgen

Zeer grote brand #Roermond, dikke zwarte rookwolken trekken richting de stad.




RETWEETS 6

13:29 · 16 dec. 2014

Emiel@mProvement @mprovement Volgen

#roermond brand.



RETWEETS 2

13:18 · 16 dec. 2014

Wassenberg Editing @wassenbergEdit · 16 dec.

Megafik jachthaven 't Steel. 2e keer in korte tijd boten bij een jachthaven in brand



Meer foto's en video's bekijken

Onderstaande tweet vertelt iets over de materiaalsoorten in de loods waar de brand uitbrak. Polyester ligt voor de hand vanwege het materiaal waar veel plezierjachten van zijn gemaakt.



De brandweer is waarschijnlijk op de hoogte van deze informatie, maar dit soort berichten kunnen in een andere context nieuwe, relevante informatie bevatten. Informatie over gevaarlijke stoffen of materialen die in brand staan, is zeer waardevol voor de wijze waarop de brand of het incident moet worden bestreden. Als iemand op Twitter de aanwezigheid van gasflessen bij een brand vermeldt, kan dit voor de brandweer reden zijn de brand met voorzichtigheid te benaderen en de omgeving af te (laten) zetten of ontruimen. Ook als de hulpdiensten weten wat voor soort (giftige) stoffen kunnen vrijkomen, dan kunnen ze inschatten of ademhalingsproblemen, irritaties aan ogen of huidproblemen te verwachten zijn.

Winst te halen uit online informatie

“Stel, er komt een melding binnen van een brand in een schuur in West-Friesland. De melder spreekt van een ‘beetje middelgroot schuurtje’. Maar wat is ‘middelgroot’? Misschien komt de melding van een boer met een stal van 60 bij 40 meter; dan valt een schuur van 10 bij 20 meter onder ‘middelgroot’. Maar wordt een enkele tankautospuiter op zo’n melding afgestuurd dan is dat niet te behappen, daar heb je meer capaciteit voor nodig. In een afgelegen gebied als West-Friesland is de aanrijtijd voor hulpdiensten soms wel 12 minuten. Als de eerste tankautospuiter assistentie van een tweede moet invoeren, dan kan zo’n brand al behoorlijk uit de hand lopen. Waarom kijken we in zo’n geval niet ook naar de informatie die de online wereld ons kan bieden? Wat is het adres? Hoe zit dat eruit op de kaart van Googlemaps? En ook: wat staat er inmiddels op sociale media aan foto’s en filmpjes over deze schuurbrand? Kan de melder een foto maken? Het besluit tot opschaling is veel eerder te nemen als die informatie bekend is. Dat is echt pure winst bij de bestrijding van incidenten” aldus Emiel Nota van het RTIC Noord-Holland Noord.

Monitoren na een incident

Een operationele omgevingsanalyse kan ook na een incident worden ingezet, bijvoorbeeld na een aardgasbeving in Groningen. Een te verwachten gevolg hiervan is (ernstige) schade aan gebouwen.



Indrukken van de materiële schade zijn eenvoudig op internet te vinden met zoektermen als aardbeving, schade, scheur, raam, dak, muur of combinaties daarvan. Op die manier kan een indruk worden verkregen van de impact van een beving en kunnen hulpdiensten zo nodig maatregelen treffen, zoals het afzetten van de directe omgeving en opvangen van bewoners.



3 Hoe de operationele omgevingsanalyse te organiseren?

Sociale media draaien non-stop en zijn een continue bron van informatie. Een sociale mediamonitor werkt daarom het beste wanneer deze rond de klok wordt uitgevoerd. Omdat het dagelijks leven nu eenmaal geen aaneenschakeling van crises is, kan de monitor bestaan uit een regulier zoekritme op basis van het regionaal risicoprofiel van de veiligheidsregio. Doet zich een incident of crisis voor dan kan de monitor (tijdelijk) worden geïntensiveerd om zoveel mogelijk relevante informatie te achterhalen. Daar moet wel menskracht op ingezet worden.

De operationele omgevingsanalyse kan op verschillende manieren worden belegd.

- Een expert per discipline. Een brandweerman kijkt dan primair naar brandgerelateerde informatie, terwijl een GHOR-functionaris vanuit geneeskundig perspectief de media scant. Bij eenzelfde foto ziet de brandweerman bijvoorbeeld dat de brand zich mogelijk zal uitbreiden, terwijl de GHOR-functionaris opmerkt dat er waarschijnlijk slachtoffers te betreuren zijn.
- Eén functionaris die alle informatie scant, terwijl de hulpdiensten afzonderlijk analyseren of de informatie relevant is voor hen.
- Een operationele omgevingsanalist die dwars door alle (of meerdere) disciplines heen kijkt. Deze scant en analyseert alle informatie en voorziet de verschillende hulpdiensten van informatie die voor hen relevant kan zijn.

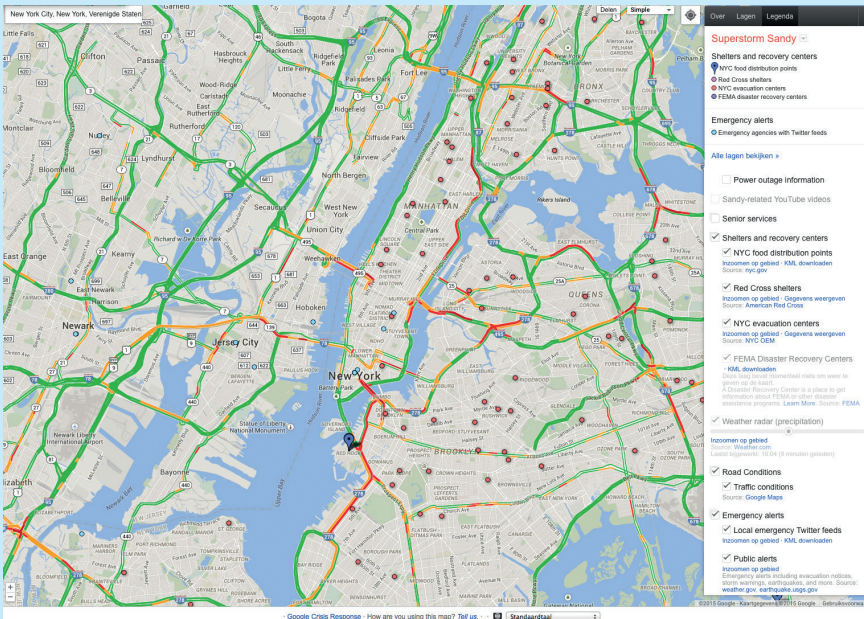
Wie de operationele omgevingsanalyse ook uitvoert, de analist moet goed op de hoogte zijn van de processen van de hulpdienst(en) om de relevante informatie snel te kunnen scannen en/of toetsen. Hij werkt samen met de afdeling communicatie en de 'gewone' omgevingsanalist, zodat niet door verschillende mensen hetzelfde werk wordt gedaan.

Daarnaast bestaat een nauwe relatie met de informatiemanager. Deze hoeft zelf niet zoveel met sociale media te doen; hij is vooral de bewaker van het proces rondom de informatievoorziening en -verwerking en zorgt ervoor dat essentiële informatie op de juiste tijd, met de juiste kwaliteit en in de gewenste vorm gedeeld wordt.

De informatiemanager is dus niet altijd diegene die feiten van fictie kan scheiden. Hij heeft vaak de gehele crisisorganisatie nodig om de informatie te valideren.

De toekomst is een 'crisiskaart'

In oktober 2012 woedde aan de oostkust van de Verenigde Staten de storm Sandy. Het was voor Google's 'Crisis Response Team' reden om een 'crisiskaart' te maken: een online informatiebron waar mensen actuele informatie konden vinden over evacuatie routes, schoolplaatsen, voedseldistributie en andere hulpbronnen. Gebruikers konden bovendien zelf data aanleveren om de kaart actueel te houden. Het Crisis Response Team combineerde de aangeleverde informatie van burgers en hulporganisaties over de toestand van voorzieningen met informatie over geografie en de weersverwachting.



Een dergelijke crisiskaart kan ook voor hulpdiensten van grote waarde zijn om in te schatten welke hulp op bepaalde locaties nodig is en om aan burgers te laten weten waar ze voor hulp of onderdak terecht kunnen.

Bijlage

Voorbeelden van zoektermen voor aardbevingen in Groningen

Instorten, stort in, ingestort, ingestord, storte in, stortte in, storten in, stortten in, afknappen, knapt af, knappen af, afgeknapt, afgeknapte, knapten af, knapte af, bezwijken, bezwijkt, bezweken, bezweek, begeven, begaf, begaven, begeeft, in puin vallen, in puin vielen, in puin valt, in puin viel, in puin gevallen, ineenvallen, ineen gevallen, valt ineen, viel ineen, invallen, inzakken, zakt in, zakte in, zakken in, zakten in, ingezakt, ingezakte, neerstorten, neerstort, neerstortte, neergestorte, vallen, viel, vielen, valt, gevallen, buitelen, buitel, gebuiteld, buitelt, buitelde, buitelden, donderen, donderd, dondert, donderde, donderden, gedonderd, duikelen, duikelt, duikelden, duikelde, geduikeld, omgeduikeld, duvelen, duvelt, duvelen, duvelde, geduvelde, omgeduvelde, flikkeren, flikkert, flikkerden, flikkerde, geflikkerd, omgeflikkerd, kieperen, kiepert, kieperden, kieperde, gekieperd, omgekieperd, kletteren, klettert, kletterden, kletterde, gekletterd, omgekletterd, kukelen, kukelt, kukelden, kukelde, gekukeld, gekukelt, omgekukelt, omgekukeld, lazeren, lazert, lazerden, lazerde, gelazerd, omgelazert, omgelazerd, ieteren, mieterd, mieterden, mieterde, gemieterd, omgemieterd, omvallen, omvalt, omvielen, omviel, omgevallen, omver vallen, omvervallen, onderuit gaan, gaat onderuit, gingen onderuit, ging onderuit, onderuit gegaan, ploffen, ploft, ploften, plofte, geplofd, geploft, omgeploft, omgeplofd, neergesmaakt, sodemieten, sodemietert, sodemietende, sodemietenden, gesodemietend, storten, stort, gestort, gestord, storte, stortte, storten, stortten, tuimelen, tuimelt, tuimelden, tuimelde, getuimeld, breken, breekt, brak, gebroken, braken, breekten, kapotgaan, ging kapot, kapot gegaan, gaat kapot, gaan kapot, gingen kapot, stukgaan, ging stuk, stuk gegaan, gaat stuk, gaan stuk, gingen stuk, neervallen, viel neer, vielen neer, valt neer, neergevallen, neer gevallen, ineenzakken, zakt ineen, zakte ineen, zakken ineen, zakten ineen, ineengezakt, ineengezakte, neerzakken, zakt neer, zakte neer, zakken neer, zakten neer, neergezakt, neergezakte, neerzijgen, zijgt neer, zijgen neer, neergezegen, zegen neer, inklappen, klapt in, klappen in, ingeklapt, klapte in, klapt in.

Tip: In plaats van alles in te typen, is een reeks als bijvoorbeeld neerstortte, neerstorte, neerstorten samen te brengen onder neerstort*.

Ook is het mogelijk om resultaten uit te sluiten. Benut daarvoor de filtertips hieronder.

Filtertips

Een veelgehoorde opmerking is dat het lastig is om de hoeveelheid aan informatie op Twitter te filteren. Onderstaande tips kunnen daarbij helpen. Ter illustratie worden de termen Loppersum en X als zoekopdrachten gebruikt.

Doel	Zoekopdracht
Zoeken op aanwezigheid van twee termen in een tweet	Loppersum X
Zoeken op aanwezigheid van specifieke combinatie van twee termen	“Loppersum X”
Zoeken op aanwezigheid van 1 van 2 genoemde termen in een tweet	Loppersum OR X
Zoeken op één woord en hierbij een andere term uitsluiten in de zoekresultaten (zoeken op Loppersum, niet X)	Loppersum -X
Zoeken op een term en url's	Loppersum filter:links
Retweets uit je resultaten filteren	Loppersum exclude:retweets exclude:nativeretweets
Het filteren van (re)tweets op het woord “via”	Loppersum -via
Tweets filteren op links	Loppersum filter:links
Foto's over een onderwerp zoeken	Loppersum filter:media
Zoeken naar tweets vanaf een bepaalde datum	since:2012-02-12
Zoeken naar tweets tot op een bepaalde datum	until:2012-02-12
Ook combinaties van filtertips kunnen!	Bv. “Loppersum X” -RT -via since:2012-02-12

Zoeken op locatie

Tot slot is er nog de mogelijkheid om te zoeken op locatie door gebruik te maken van geo-codes en een zoekstraal.¹⁰ Het zoeken op locatie is een slimme manier om ruis te filteren uit de datastroom. Zoeken met behulp van zoekstralen geeft de analist de mogelijkheid om risicogebieden in de gaten te houden. Twitteraars die zich bevinden in een risicogebied, zijn waarschijnlijk als eerste op de hoogte van eventuele problemen en kunnen een bron van informatie zijn voor de operationele omgevingsanalyse. Neem de Schoolstraat 1 in Loppersum. De geo-code is daarvan '53.332768,6.741597'. Deze code gebruik je tezamen met een zoekstraal van bijvoorbeeld vijf kilometer, dan verschijnen de berichten op basis van de locatiegegevens. Dit is geo-code: 53.332768,6.741597,5km.

Let wel: ook tweets op basis van de locatie-informatie uit het profiel van de twitteraar worden dan meegenomen, terwijl in theorie het bericht vanaf een volstrekt andere locatie verzonden kan zijn. In de praktijk zal evenwel een groot deel van de geselecteerde tweets uit het geografisch gekozen gebied komen.

Bovenstaande tips zijn voor een deel afkomstig van de site Twittermania (<http://twittermania.nl/2010/06/de-zoekgeheimen-van-twitter/>). Op deze blogsite zijn ook nog andere simpele tips te vinden voor het zoeken van tweets op een bepaalde locatie.

Zie voor meer voorbeelden ook de kennispublicatie 'Sociale media-analyses van vijf kritieke momenten'.¹¹

Heeft u meer bruikbare tips? Deel ze met @infopunt. Wij verspreiden ze verder.

Voetnoten

1. Duin, M. van, Tops, P., Wijkhuijs, V., Adang, O. & Kop, N. (2012). *Lessen in crisisbeheersing: dilemma's uit het schietdrama in Alphen aan den Rijn*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
2. Projectgroep 'GROOTER' (2013). *Opleiden, trainen en oefenen sleutelfuncties crisiscommunicatie. Kwalificatieprofielen*.
3. IFV en VDMMP (2014). *Sociale media veranderen het veiligheidsdomein*. Arnhem: Instituut Fysieke Veiligheid.
4. Vrij vertaald uit: Jong, W., Regtvoort, F. & Siepel, H. (2009). *Als het op communiceren aankomt. Crisiscommunicatie voor (loco-) burgemeesters*. Den Haag: Nederlands Genootschap van Burgemeesters.
5. Zie: <http://www.google.org/flutrends/nl/#NL>. Zie ook: Ginsberg, J., Mohebbi, M.H., Patel, R.S., Brammer, L., Smolinski, M.S. & Briljant, L. (2009). 'Detecting influenza epidemics using search engine query data', *Nature*, vol. 457, p.1012-1014. Op te vragen via: <http://www.google.org/flutrends/about/how.html> .
6. IFV en HowAboutYou (2015). *Sociale media-analyses van vijf kritieke momenten*. Arnhem: Instituut Fysieke Veiligheid.
7. Postmes, T. Bezouw, M. van & Kutlaca, M. (2014). *Van collectief ongenoegen tot ordeverstoringen*. Den Haag: WODC.
8. GHOR Groningen en As, N. van (2014). *Sociale media monitoring voor de gezondheidsprocessen*.
9. Basis van dit intermezzo: Haasjes, J. & Coenraads, H. (2013). *Twitter aan de basis van aardbevingsalarm*, *Magazine nationale veiligheid en crisisbeheersing*, december 2013, p. 27
10. Zie bijvoorbeeld <http://www.socialmediatactics.nl/locatielgericht-zoeken-op-twitter-voor-een-handleiding-locatiegericht-zoeken-met-geo-codes>.
11. IFV en HowAboutYou (2015). *Sociale media-analyses van vijf kritieke momenten*. Arnhem: Instituut Fysieke Veiligheid.

Colofon

Uitgave van Infopunt Veiligheid en het lectoraat Crisisbeheersing van het Instituut Fysieke Veiligheid, maart 2015

Bij deze kennispublicatie horen ook de online dossiers Sociale media en Bevolkingszorg, zie www.infopuntveiligheid.nl

Tekst: R. Johannink, J. Veltkamp (VDMMP), C. Mertens, V. Wijkhuijs (IFV)

Beeld: H. Schaepkens, Schokkend Groningen, VDMMP, IFV

De samenstellers hebben de grootst mogelijke zorg aan de inhoud van deze kennispublicatie besteed. Aan de inhoud van deze kennispublicatie kunnen echter geen rechten ontleend worden en de samenstellers aanvaarden geen enkele aansprakelijkheid die zou kunnen voortvloeien uit de inhoud van deze kennispublicatie.

Instituut Fysieke Veiligheid

Het Instituut Fysieke Veiligheid (IFV) draagt bij aan een veilige samenleving door het versterken van de veiligheidsregio's en hun partners bij het professionaliseren van hun taken. Wij ontwikkelen en delen relevante kennis, wij hebben expertise voor het verwerven en beheren van gemeenschappelijk materieel en wij adviseren de betrokken besturen. Ons motto hierbij is: signaleren en verbinden.

Infopunt Veiligheid, onderdeel van het IFV, is hét centrale vraag- en informatieloket op het gebied van fysieke veiligheid. Beroepsbeoefenaars kunnen hier hun vragen voorleggen aan vakspecialisten. Dat kan telefonisch, per e-mail of via een webformulier. De toegang tot de informatieservice en informatiebemiddeling is laagdrempelig en kosteloos.

Actuele dossiers

De website www.infopuntveiligheid.nl biedt inzage in een online kennisbank met dossiers die actueel worden gehouden door een redactieteam van kennismakelaars en deskundigen uit de praktijk. U hebt 24 uur per dag toegang tot enkele duizenden kennisdocumenten verdeeld over meerdere kennisgebieden. Een belangrijke kennisbron voor veiligheidsregio's, hulpverleningsdiensten, landelijke, provinciale en gemeentelijke overheden en organisaties in de vitale sectoren.

Instituut Fysieke Veiligheid
Infopunt Veiligheid
Postbus 7010
6801 HA Arnhem
0900 235 112 112 (lokaal tarief)
www.ifv.nl
www.infopuntveiligheid.nl
infopuntveiligheid@ifv.nl

