

Communiceren met mensen in de menigte

Hoe redden we de bezoeker van een grootschalig en risicovol evenement
uit een (dreigende) crisissituatie?

Onderzoeksrapport

Naam: Delianne van de Geest (216911)

Opleidingsinstituut: Nederlands Instituut Publieke Veiligheid (NIPV) en Politieacademie

Opleiding: Master of Crisis and Public order Management (MCPM)

Examenopdracht 14: Schrijven masterthesis

Begeleider: Marije Bakker

Datum: 26 oktober 2023

Voorwoord

Voor u ligt mijn masterthesis 'Communiceren met mensen in de menigte' waarmee ik de tweejarige Master of Crisis and Public order Management afsluit. Deze thesis beschrijft het onderzoek naar het sturen van mensen in een menigte op een grootschalig en risicovol evenement met behulp van communicatie. Als evenementenadviseur van grootschalige en risicovolle evenementen vanuit de politie en liefhebber van het bezoeken van evenementen was voor mij snel duidelijk dat ik onderzoek wilde doen naar 'iets' op het gebied van evenementen. In de media verschenen afgelopen jaar met regelmaat nieuwsberichten over (bijna) crowd disasters wat voor mij reden was om meer in het onderwerp te duiken. Toen ik las dat volgens verschillende onderzoeken een gebrek aan communicatie (mede) oorzaak was van crowd disasters, werd het onderwerp concreet en extra interessant. Voor mijn politieavontuur begon, was ik namelijk communicatieadviseur.

Mijn planning was om voor 1 april mijn thesis af te ronden. Dit was een goede grap van mezelf want dit bleek niet haalbaar. Hierdoor heb ik in het drukke evenementenseizoen mijn onderzoek uitgevoerd. Ik wil, nee moet, alle mensen die ik heb mogen interviewen heel hartelijk danken dat zij in hun drukste periode, tussen alle evenementen en voorbereidingen hiervoor, mij te woord hebben gestaan. Dat ik in het hoogseizoen onderzoek deed, had als voordeel dat het onderwerp echt leefde. Ik heb veel bevlogen mensen gesproken die meer informatie met me deelden dan ik vooraf had verwacht. Alhoewel mijn onderzoek is uitgevoerd bij vier evenementen en twee venues heb ik informatie gekregen over veel meer evenementen. Dit doordat de respondenten allen ervaren professionals zijn die bij andere evenementen en evenementenorganisatoren hebben gewerkt (of nog werken) en een groot netwerk in deze branche hebben. En 'last but not least' vond ik het heel fijn om te merken dat de veiligheid op evenementen hoog op de prioriteitenlijst staat van alle respondenten.

Ik wil mijn teamchef Edwin bedanken dat hij me de mogelijkheid heeft gegeven deze opleiding te volgen. Complimenten voor mijn directe collega's Boike, Jan-Henk, Jordan, Maurits en Rozemarijn van de vakgroep evenementen dat ze het met me hebben uitgehouden en me 'uit de wind' hebben gehouden. Verder wil ik mijn thesisbegeleider Marije Bakker bedanken. Met haar ervaring als onderzoeker en inhoudsdeskundige heeft ze me veel praktische tips en handvatten gegeven. Heel fijn om af en toe van haar te horen dat ik goed bezig was of niet te streng voor mezelf moest zijn.

Tot slot, Miran, nu is het jouw beurt om je op je studie te focussen en zal ik er voor jou zijn.

Delianne van de Geest.

Samenvatting

Vrijtijdsactiviteiten zijn populair. Festivals, concerten en andere evenementen, poppodia en attractieparken worden door grote hoeveelheden mensen bezocht. Wanneer veel mensen samenkomen, levert dit risico's op. Bijvoorbeeld doordat er iets onverwachts gebeurt of omdat er te veel mensen op een te kleine oppervlakte aanwezig zijn. Alhoewel er in Nederland geen grote rampen met menigten zijn geweest, is dit wel voorstelbaar. Dit onderzoek richt zich op het sturen van publiek met goede intenties bij grootschalige en risicovolle evenementen. Communiceren is hierbij van groot belang: de organisatie weet immers welke informatie het publiek nodig heeft en wat zij kunnen doen om hun situatie te verbeteren. Dit onderzoek is erop gericht om door middel van kwalitatief onderzoek evenementenorganisatoren, vergunningverleners en politie handvatten te geven. De vraag die centraal staat, is:

Hoe kunnen mensen in een menigte bij evenementen worden gestuurd met communicatiemiddelen om een crowd disaster te voorkomen of de impact tot een minimum te beperken?

Voor de beantwoording van de centrale onderzoeksvraag zijn deelvragen opgesteld. Er is gestart met een literatuuronderzoek om het theoretische kader vorm te geven. De focus lag daarbij op het gedrag van mensen in menigten in crisissituaties en het communiceren met mensen in menigten in crisissituaties. Er is vervolgens onderzoek gedaan naar vier grootschalige en risicovolle evenementen en twee vaste venues met behulp van een documentenstudie, interviews en aanvullend deskresearch. Met het bestuderen van relevante documenten en op basis van de interviews is zicht verkregen op de wijze waarop het publiek bij de evenementen en venues wordt gestuurd met communicatiemiddelen. Met de deskresearch is verdieping gezocht op in de interviews genoemde innovatieve ontwikkelingen.

Uit het literatuuronderzoek komt naar voren dat het gedrag van menigten in crisissituaties afhankelijk is van verschillende factoren zoals de aard van de crisis, de sociale interactie en groepsdynamiek en de sociale context. Mensen in een menigte met een gedeelde sociale identiteit beïnvloeden elkaar, helpen en ondersteunen anderen in de menigte en coördineren hun acties. Dit zorgt voor zelfregulatie en zelfvertrouwen. Om de sociale identiteit van de menigte te beïnvloeden is het belangrijk de menigte te informeren, uitleg te geven, betrokkenheid te tonen, in te leven en respect te tonen. Voor effectieve crisiscommunicatie die leidt tot een vervolgactie dient rekening gehouden te worden met de dreigingsperceptie of

risicoperceptie, respons-effectiviteit, self-efficacy, coping-effectiviteit en stakeholdersperceptie van de ontvanger. Om dat te bereiken is een communicatiestrategie nodig waarbij inhoud en boodschap, medium en communicatiekanalen zijn toegespitst op de crisissituatie, doel van de communicatie, doelgroep en de setting. De communicatie moet helder zijn, de juiste informatie bevatten, een duidelijk handelingsperspectief bieden en afkomstig zijn van een betrouwbare bron. Er dient hierbij een mix van communicatiemiddelen ingezet te worden zodat alle mensen in de menigte worden bereikt.

Uit het onderzoek bij de venues en evenementen komt naar voren dat er vooral overeenkomsten zijn en weinig verschillen in de manier waarop bezoekers door middel van communicatiemiddelen worden gestuurd. Voorafgaand aan activiteiten en evenementen wordt een communicatiestrategie bepaald. Er wordt een mix van verschillende communicatiemiddelen ingezet om zoveel mogelijk bezoekers te bereiken. Voorbeelden hiervan zijn communicatie door beveiliging en ander personeel, communicatie via pers, openbaarvervoersdiensten, Rode Kruis- en verkeersposten, led-schermen, omroepinstallaties, push-berichten via mobile apps en sociale media. De ervaring met de ingezette communicatiemiddelen is in basis positief, al worden enkele aandachtspunten genoemd over het gebruik van led-schermen en sociale media. De inzet van beveiliging en ander personeel als communicatiemiddel wordt als meest effectief ervaren.

Er worden verschillende innovaties genoemd op het gebied van ondersteunende informatie, informatie delen en (ver)nieuw(d)e communicatiemiddelen die in de nabije toekomst bij kunnen dragen aan het sturen van mensen in de menigte op een evenement. Voorbeelden hiervan zijn digital twins, populariteitsindexen, dashboards en platformen en medewerkers apps.

Praktische aanbevelingen aan evenementenorganisatoren, gemeenten en politie op basis van het onderzoek zijn: in de planvorming aandacht schenken aan een communicatiestrategie waarbij rekening wordt gehouden met de kernfactoren op basis waarvan mensen beslissingen nemen tijdens een crisis, het inzetten van communicatie om de gedeelde sociale identiteit van de bezoekers te vergroten en het inzetten van personeel als communicatiemiddel.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting	3
Inhoudsopgave	5
1. Inleiding	8
1.1 Aanleiding van het onderzoek	8
1.2 Probleemstelling van het onderzoek	10
1.3 Doel van het onderzoek	10
1.4 Vraagstelling	10
1.4.1 Deelvragen	11
1.5 Afbakening	11
1.5.1 Grootschalige en risicovolle evenementen en vaste venues	11
1.5.2 Crowd control fase	11
1.5.3 Menigte is zelf bron van gevaar	12
1.5.4 Evenementenorganisatoren, gemeenten en politie	12
1.6 Begrippen	12
1.7 Leeswijzer	13
2. Onderzoekopzet	13
2.1 Inleiding	13
2.2 Methode van dataverzameling	13
2.3 Onderzoeksmethoden en technieken	14
2.4 Literatuuronderzoek	14
2.5 Selectie van cases	15
2.5.1 Keuze evenementen en venues	15
2.5.2 Respondenten	17
2.5.3 Informatieverzameling	17
2.6 Analyse van data	19
3. Theoretisch kader	20

3.1 Inleiding	20
3.2 Gedrag van mensen in menigten in crisissituaties	20
3.2.1 De menigte	20
3.2.2 Theorieën over collectief gedrag	22
3.2.3 Gedrag in crisissituaties	25
3.2.4 Beïnvloedingsmodellen	28
3.3 Communiceren met mensen in menigten in crisissituaties	30
3.3.1 Communicatie en crisiscommunicatie	31
3.3.2 Communiceren tijdens grote evenementen	32
3.3.3 Conclusies communiceren met mensen in menigten in crisissituaties	35
4. Resultaten	36
4.1 Inleiding	36
4.2 Bezoekers en gedrag	36
4.3 Ingezette communicatiemiddelen	38
4.4 Ervaring ingezette communicatiemiddelen	41
4.5 Communicatiestrategie	43
4.6 Wat moet of kan beter met betrekking tot sturing van publiek	47
4.7 Innovatieve ontwikkelingen	48
4.7.1 Crowdsan	49
4.7.2 Dashboards en platformen	49
4.7.3 Digital twins	49
4.7.4 LiveCrowd	50
4.7.5 Medewerkers app	50
4.7.6 Neuro linguïstisch programmeren	50
4.7.7 Populariteitsindex artiesten	50
4.7.8 QR-banners	50
4.7.9 Resono data	51
4.7.10 SOS-knop mobile app	51
5. Conclusies	51
5.1 Inleiding	51
5.2 Beantwoording en conclusies deelvragen	52
5.2.1 Beïnvloeding gedrag van mensen in menigten in crisissituaties	52

5.2.2 Communicatie met bezoekers bij vaste venues	53
5.2.3 Communicatie met bezoekers bij grootschalige en risicovolle evenementen	54
5.2.4 Overeenkomsten en verschillen communicatie vaste venues en evenementen	55
5.2.5 Innovatieve ontwikkelingen	56
5.3 Beantwoording onderzoeksvraag	56
6. Discussie	57
6.1 Inleiding	57
6.2 Discussie	57
6.2.1 Validiteit	57
6.2.2 Betrouwbaarheid	58
6.2.3 Bijdrage onderzoek	59
6.2.4 Aanvullend-/ vervolgonderzoek	59
6.3 Aanbevelingen	60
Bronnenlijst	61
Bijlagen	68
Bijlage 1 Vragenlijst documentenstudie en interviews	68
Bijlage 2 Overzicht venues, evenementen, respondenten en documenten	70

1. Inleiding

1.1 Aanleiding van het onderzoek

Vrijtijdsactiviteiten zijn populair. Na twee coronajaren met veel minder publiek trokken de evenementen in 2022 weer veel bezoekers. Zo trokken de Nederlandse festivals in totaal 2,8 miljoen bezoekers op alle festivaldagen, waarvan naar schatting 1,7 miljoen unieke bezoekers. De vaste venues (vaste vrijetijdslocaties zoals poppodia, attractieparken, horecagelegenheden en sportaccommodaties) ontvingen veel bezoekers. In 2022 werden 5 miljoen bezoeken aan de poppodia gebracht tegenover bijna 1 miljoen bezoeken in 2021¹ (VNPV, 2023). Ook de grote attractieparken in Nederland hebben een zeer goed jaar achter de rug: ze noteerden in 2022 allemaal veel meer bezoekers dan in 2021. Bovendien trokken ze meer publiek dan in 2019, het jaar voordat de coronapandemie uitbrak (Parkplanet, 2023).

Dergelijke samenkomsten met grote hoeveelheden mensen brengen risico's met zich mee. Vaak leveren de grote hoeveelheden mensen bij elkaar geen problemen op, maar soms gaat het wel mis of bijna mis. Bijvoorbeeld omdat er gewoonweg te veel mensen op een te kleine oppervlakte aanwezig zijn. Of doordat er iets onverwachts gebeurt waardoor de menigte in beweging komt. Er zijn twee soorten rampen in menigten, ook wel crowd disasters genoemd, te onderscheiden:

1. De menigte is zelf de bron van gevaar. Voorbeelden hiervan zijn overcrowding (te druk), dynamische publieksbewegingen en ordeverstoringen.
2. Een calamiteit in of met een menigte is de bron van gevaar. Denk aan aanslagen, noodweer, brand etc. (Fruin, 1993).

In sommige gevallen blijft de schade van een crowd disaster beperkt tot een flinke schrik of enkele lichtgewonden. Maar soms gaat het gruwelijk mis en worden mensen verdrukt of vertrapt met zware verwondingen of de dood tot gevolg. Analyse toont een toename van ongevallen met menigten aan in de periode van 1900 tot 2019. Over het algemeen neemt het aantal 'kleine' ongevallen met minder dan 10 doden steeds verder toe. Grote ongevallen komen nog voor maar steeds minder vaak (Feliciani et al., 2023). In dit onderzoek ligt de focus op het sturen van publiek bij (dreigende) crowd disasters op grootschalige en risicovolle evenementen waarbij de menigte zelf de bron van gevaar is. In tabel 1 staan enkele voorbeelden van recente crowd disasters en bijna disasters bij evenementen. Bij de Nederlandse voorbeelden in tabel 1 zijn er geen gewonden of doden gevallen, maar dit had

¹ Alhoewel er ook een stijging te zien is ten opzichte van de cijfers van voor corona, is het grote verschil tussen 2021 en 2022 te wijten aan corona (VNPV, 2023).

anders kunnen verlopen, bijvoorbeeld als er in de voorbereiding minder aandacht was geweest voor veiligheidsmaatregelen.

Tabel 1

Voorbeelden Crowd Disasters en bijna Disasters in 2022 en 2023

Datum	Nieuwsbericht
8 april 2023	Te veel bezoekers bij immens populaire Frans Bauer op Paaspop (BrabantNieuws.nl, 2023).
19 februari 2023	Meer dan 70.000 carnavallers in Oeteldonk: 'Kom niet naar de binnenstad!' (BD, 2023).
15 december 2022	Twee vrouwen overleden bij concert van Asake in Londen, Engeland. De slachtoffers werden verdrukt in het gedrang (AD, 2022).
30 oktober 2022	Elf doden bij popconcert Fally Ipupa in Kingshasa, Congo. De slachtoffers zijn in de menigte verdrukt (NOS, 2022a).
29 oktober 2022	Zeker 153 mensen kwamen om en er vielen 82 gewonden tijdens de Halloweenviering in Seoul, Zuid-Korea. Slachtoffers raakten verdrukt en vertrappt in een mensenmassa (NOS, 2022b).
17 september 2022	Bij The Streamers in het Olympisch Stadion in Amsterdam raakte publiek in gedrang doordat naar een schuilplaats voor de regen werd gezocht: "Ik ben in mijn leven nog nooit zo bang geweest #thestreamers #olympischstadion opeens gingen de deuren dicht en konden we geen kant meer op." (Het Parool, 2022).
15 juli 2022	Flemming en Antoon bezorgen megadrukke tijdens de Nijmeegse Vierdaagsefeesten op Plein 44 in Nijmegen: "Zó druk, waarom ga ik hier eigenlijk heen?" (De Gelderlander, 2022).

Met de grote aantallen bezoekers wordt het steeds lastiger om in geval van een crisis het publiek snel en effectief te sturen. Een manier om mensen in menigten te kunnen sturen is volgens de literatuur over crowd management het communiceren van informatie (Fruin, 1993; Still, 2013, 2022). Dit sluit aan bij de strategische principes van crowd management van Adang en collega's (2014). Keer op keer blijkt uit analyses van rampzalig verlopen incidenten dat de impliciete of expliciete boodschappen (of het gebrek daaraan) aan het publiek bijdroegen aan een fatale afloop (Politieacademie, 2013; Adang, et al., 2014). Belangrijk verbeterpunt bij evenementen is het investeren op continue beïnvloeding van het publiek door het verspreiden van gerichte informatie (Adang et al., 2018). Hoe, met welke middelen, er effectief met publiek kan worden gecommuniceerd, blijft onderbelicht. Dit werd ook geconstateerd door De Vries en zijn collega's (2013). De verkenning van de wetenschappelijke literatuur en praktijkkennis

bracht vooral inzichten aan het licht die in algemene zin van belang zijn voor effectieve inzet van publiekscommunicatie, maar die zich moeilijk laten vertalen in praktische handreikingen (De Vries et al., 2013). In een gesprek met calamiteitenpsycholoog Erika Kinkel bevestigt ze het beeld dat er nog weinig onderzoek is gedaan naar middelen om met bezoekers in de menigte te communiceren om hen te beïnvloeden (E. Kinkel, persoonlijke communicatie, 25 april 2022).

1.2 Probleemstelling van het onderzoek

Er zijn jaarlijks miljoenen mensen in Nederland die een evenement bezoeken. Dit verloopt bijna altijd zonder problemen, wellicht doordat er ruime aandacht is voor veiligheidsmaatregelen. Het is echter niet ondenkbaar dat het in Nederland ook een keer echt misgaat.

Er is al veel onderzoek gedaan naar veiligheid op evenementen, crowd management en evacueren (zie bijvoorbeeld Wijtvliet, 2021; Kouwenberg 2013). Echter, op welke manier mensen in de menigte op een grootschalig en risicovol evenement kunnen worden gestuurd met communicatiemiddelen bij een (dreigende) crowd disaster, is veel minder onderzocht (De Vries et al., 2013). Communiceren met mensen in een menigte is bij een (dreigende) crowd disaster van groot belang, omdat het kan bijdragen aan het voorkomen van ongelukken en - als het toch misgaat - de situatie te beheersen.

1.3 Doel van het onderzoek

Dit onderzoek is erop gericht om door middel van kwalitatief onderzoek gemeenten, politie en evenementenorganisatoren handvatten te geven hoe bezoekers van evenementen bij (dreigende) crisissituaties gestuurd kunnen worden met communicatiemiddelen om zo levensgevaarlijke situaties te voorkomen of de impact tot een minimum te beperken.

1.4 Vraagstelling

De bovenstaande probleemstelling leidt tot de volgende hoofdvraag van dit onderzoek:

Hoe kunnen mensen in een menigte bij evenementen worden gestuurd met communicatiemiddelen om een crowd disaster te voorkomen of de impact tot een minimum te beperken?

In paragraaf 1.6 worden de diverse begrippen nader toegelicht.

1.4.1 Deelvragen

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden, zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. Hoe kan het gedrag van mensen in menigten in crisissituaties middels communicatiemiddelen worden beïnvloed?
2. Hoe sturen organisatoren van vaste venues bezoekers met communicatiemiddelen en wat is hun ervaring hiermee?
3. Hoe sturen evenementenorganisatoren, gemeenten en politie bij grootschalige en risicovolle evenementen bezoekers met communicatiemiddelen en wat is hun ervaring hiermee?
4. Welke overeenkomsten en verschillen zijn zichtbaar in de manier waarop bezoekers bij vaste venues en bij grootschalige risicovolle evenementen op dit moment worden gestuurd door middel van communicatiemiddelen?
5. Welke innovatieve ontwikkelingen kunnen in de nabije toekomst bijdragen aan het sturen van bezoekers van evenementen en andere vrijetijdsactiviteiten door middel van communicatiemiddelen?

1.5 Afbakening

Voor een juiste beantwoording van de hoofd- en deelvragen, is het van belang dat de begrippen worden afgebakend en dat omschreven wordt wat er wel (en juist niet) onderzocht wordt.

1.5.1 Grootschalige en risicovolle evenementen en vaste venues

De focus van het onderzoek ligt op het sturen van bezoekers van evenementen in (dreigende) crisissituaties middels communicatiemiddelen. Er wordt hiervoor gekeken naar grootschalige en risicovolle evenementen. Daarnaast wordt gekeken naar vaste venues met als doel te leren van de communicatiemiddelen die daar, na jaren ervaring, evalueren en bijsturen, worden ingezet.

1.5.2 Crowd control fase

Het onderzoek richt zich op de crowd control fase tijdens evenementen: wanneer organisator en hulpdiensten zien dat het mis dreigt te gaan en een crowd disaster mogelijk nog kan worden voorkomen of de schade kan worden beperkt. Preventieve maatregelen vallen buiten de scope van het onderzoek.

1.5.3 Menigte is zelf bron van gevaar

Primair richt het onderzoek zich op crowd disasters waarbij de menigte zelf een bron van gevaar is. De focus ligt op overcrowding en dynamische publieksbewegingen. Ordeverstoringen en crowd disasters door een calamiteit of incident vragen een andere aanpak en worden daarom niet meegenomen in het onderzoek.

1.5.4 Evenementenorganisatoren, gemeenten en politie

Dit onderzoek richt zich op evenementenorganisatoren, gemeenten en politie. Reden voor deze keuze is dat deze partijen primair verantwoordelijk zijn voor crowd management en crowd control. Wie wanneer aan zet is, hangt af van de locatie en omstandigheden van het evenement. Brandweer, GHOR en veiligheidsregio hebben vooral een adviserende rol voorafgaand aan een evenement betreffende crowd management (Stichting Evenementenhandboek, 2019).

1.6 Begrippen

Vanuit de hoofdvraag is het van belang een aantal van de gebruikte begrippen nader toe te lichten. Zie hiervoor de uitleg in onderstaande tabel.

Tabel 2

Uitleg gebruikte Begrippen

Begrip	Uitleg
Menigte	Wat in dit onderzoek onder een menigte wordt verstaan, wordt beschreven in het theoretisch kader, paragraaf 3.2.1.
Evenement/ grootschalig en risicovol evenement	In dit onderzoek wordt uitgegaan van de omschrijving van een evenement zoals deze vermeld staat in artikel 2:24 van het Model Algemene Plaatselijke Verordening (APV) van de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG), te weten: "Onder een evenement wordt verstaan elke voor publiek toegankelijke verrichting van vermaak" (Model-APV, 2022). Wanneer in het onderzoek gesproken wordt over een grootschalig en risicovol evenement wordt hiermee een evenement met de behandelclassificatie C bedoeld zoals beschreven in het HEV 2018: procesmodel evenementenveiligheid, te weten: "De voor het publiek toegankelijke samenkomst of vermakelijkheid waarbij operationele voorbereiding en uitvoering door een of meer OOV-diensten noodzakelijk worden geacht. Dit gelet op de interventiecapaciteit van de organisator van dat evenement bij een

	(dreigende) aantasting van de openbare orde en veiligheid” (Van Hijum & Oberijé, 2018).
Communicatiemiddelen	Als communicatiemiddelen worden in dit onderzoek gezien alle instrumenten waarmee directe en indirecte, formele en informele informatie naar de doelgroep wordt gecommuniceerd. Het gaat hierbij niet alleen om (sociale)media maar ook om bijvoorbeeld bewegwijzering, lichtkranten, mobile apps en mondelinge communicatie.
Crowd disaster	Met een crowd disaster wordt in dit onderzoek een ramp met een menigte bedoeld waarbij als gevolg van een te grote dichtheid van de mensenmenigte doden of gewonden vallen.

1.7 Leeswijzer

Deze thesis is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 2 is te lezen op welke wijze het onderzoek is uitgevoerd. Hoofdstuk 3 beschrijft het theoretisch kader. In hoofdstuk 4 worden de resultaten van de documentenstudie en de interviews beschreven. In hoofdstuk 5 wordt antwoord gegeven op de deelvragen en de hoofdvraag en worden conclusies getrokken. Het hoofdstuk wordt afgesloten met enkele praktische aanbevelingen. In hoofdstuk 6 worden tenslotte de resultaten bediscussieerd en worden enkele praktische aanbevelingen gegeven.

2. Onderzoeksopzet

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe het onderzoek is uitgevoerd. Er wordt per deelvraag aangegeven welke methode(n) van dataverzameling is (zijn) gebruikt. Per methode wordt vervolgens aangegeven welke techniek is gebruikt.

2.2 Methode van dataverzameling

In tabel 3 wordt per deelvraag aangegeven op welke manier data is verzameld.

Tabel 3

Methode(n) Dataverzameling per Deelvraag

Deelvraag	Methode van dataverzameling
1. Hoe kan het gedrag van mensen in menigten in crisissituaties middels communicatiemiddelen worden beïnvloed?	<ul style="list-style-type: none"> Literatuuronderzoek

2. Hoe sturen organisatoren van vaste venues bezoekers met communicatiemiddelen en wat is hun ervaring hiermee?	<ul style="list-style-type: none"> • Documentenstudie • Interviews
3. Hoe sturen evenementenorganisatoren, gemeenten en politie bij grootschalige en risicovolle evenementen bezoekers met communicatiemiddelen en wat is hun ervaring hiermee?	<ul style="list-style-type: none"> • Documentenstudie • Interviews
4. Welke overeenkomsten en verschillen zijn zichtbaar in de manier waarop bezoekers bij vaste venues en bij grootschalige risicovolle evenementen op dit moment worden gestuurd door middel van communicatiemiddelen?	<ul style="list-style-type: none"> • Documentenstudie • Interviews
5. Welke innovatieve ontwikkelingen kunnen in de nabije toekomst bijdragen aan het sturen van bezoekers van evenementen en andere vrijetijdsactiviteiten door middel van communicatiemiddelen?	<ul style="list-style-type: none"> • Interviews • Deskresearch

2.3 Onderzoeksmethoden en technieken

Dit onderzoek is kwalitatief en daarmee interpretatief van aard (Verhoeven, 2018). Hierdoor is inzicht verkregen in huidige werkwijzen en middelen, ervaringen met deze werkwijzen en middelen, mogelijke nieuwe middelen en wat de doelgroep nodig acht met betrekking tot communiceren met bezoekers van grootschalige en risicovolle evenementen. Om de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek te vergroten is triangulatie toegepast. Het onderzoek bestaat uit een literatuurstudie ten behoeve van het theoretisch kader, een documentenstudie en semigestructureerde interviews met een aanvullende deskresearch voor de feitelijke dataverzameling. In het vervolg van dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij de keuzes die zijn gemaakt ten behoeve van dit onderzoek en de methodes die zijn gebruikt.

2.4 Literatuuronderzoek

Het literatuuronderzoek vormt de basis voor het theoretisch kader en geeft antwoord op deelvraag 1. Er is vooral wetenschappelijke literatuur bestudeerd, zowel primaire als secundaire literatuur over theorieën over collectief gedrag, gedrag in crisissituaties, beïnvloedingsmodellen, crisiscommunicatie en massacommunicatie. Daarnaast is ook grijze literatuur geraadpleegd.

Het literatuuronderzoek is gestart met een zoekslag middels de zoekmachine op de website van de mediatheek van de politieacademie en Google Scholar. In eerste instantie zijn hierbij de volgende zoektermen, in zowel het Nederlands als de Engelse vertaling hiervan, gebruikt:

evenementenveiligheid, beïnvloeding gedrag (in crisissituaties), gedrag in menigten c.q. massa's, crowd management en -control. Vervolgens is gebruik gemaakt van de sneeuwbal methode, waarbij de bronnenlijst van relevante literatuur is bestudeerd voor mogelijke andere relevante literatuur die daarna is opgezocht middels genoemde doi of Google. Naast wetenschappelijke literatuur zijn verschillende boeken over evenementenveiligheid, crowd management en -control en communicatie doorgenomen die tijdens bovenstaande zoekslag naar voren kwamen.

Ook zijn richtlijnen en handreikingen op het gebied van evenementen en evaluaties van crisissituaties op evenementen bestudeerd. Deze documenten zijn deels naar voren gekomen tijdens de eerder beschreven zoekslag. Daarnaast is specifiek gezocht naar relevante informatie op de websites van het Nederlands Instituut Publieke Veiligheid (NIPV) en het Event Safety Institute (ESI). Deze websites kwamen naar voren toen via Google gezocht is naar relevante organisaties wat betreft evenementenveiligheid.

Geschikte bronnen zijn al lezend geanalyseerd op inhoud en vervolgens gecategoriseerd (Verhoeven, 2018). De volgende categorieën zijn hiervoor gebruikt:

- Algemene informatie en achtergrond evenementen
- Beïnvloedingsmodellen
- Communicatie
- Crowd management en -control
- Gedrag in crisissituaties
- Gedrag in menigten

2.5 Selectie van cases

2.5.1 Keuze evenementen en venues

Ten behoeve van dit onderzoek zijn in totaal 6 cases geselecteerd: 4 evenementen en 2 vaste venues. Evenementen worden één of meerdere dagen georganiseerd met een variërende context wat betreft organisatie-, ruimtelijk-, publieks- en activiteitenprofiel. Kenmerk van een evenement is het tijdelijke karakter. Elk evenement of elke editie van een evenement moet opnieuw worden gekeken naar mogelijke risico's. Dit maakt het optimaliseren van maatregelen lastig (Van Hijum & Oberijé, 2018). Aanname is dat de veiligheidsmaatregelen bij vaste venues meer geoptimaliseerd zijn dan bij evenementen. Bij vaste venues is er sprake van een vaste locatie met telkens een soortgelijk ruimtelijk-, publieks- en activiteitenprofiel en

redelijk gelijk personeel. Er is in mindere mate sprake van een tijdelijk karakter. Veiligheidsmaatregelen kunnen daardoor steeds worden geëvalueerd en aangepast.

Bij de keuze voor de evenementen zijn onderstaande criteria toegepast. Deze criteria zijn opgesteld op basis van de hoofd- en deelvragen, de afbakening van het onderzoek en de richtlijnen en handreikingen op het gebied van evenementenveiligheid.

- Een grootschalig en risicovol evenement (zie begripsbeschrijving in paragraaf 1.6), gezien de afbakening van het onderzoek;
- Een evenement met minimaal 20.000 bezoekers, waardoor er daadwerkelijk sprake is van een grootschalig evenement;
- Het evenement wordt georganiseerd door evenementenorganisator met minimaal 10 jaar ervaring met het organiseren van grootschalige en risicovolle evenementen. Er is gekozen voor ervaren organisatoren omdat deze aannemelijk meer ervaring hebben bij de inzet van communicatiemiddelen om publiek te sturen;
- Het betreffende evenement is minimaal vijf keer georganiseerd zodat het aannemelijk is dat er meerdere keren geëvalueerd is en verbeteringen zijn doorgevoerd;
- De activiteiten van het evenement zijn in principe gericht op (jong)volwassenen. Dit omdat kinderen door hun ouders worden begeleid in geval van incidenten;
- Een evenement waar bezoekers met goede intenties heen gaan. Dus geen voetbalwedstrijden of demonstraties omdat een deel van de mensen hier met ander motieven naar toe gaat.²
- Twee open evenementen (in de openbare ruimte) en twee gesloten evenementen (met een hek er omheen). Dit om een eventueel verschil in aanpak inzichtelijk te krijgen.

Er is gekozen voor het aantal van twee vaste venues omdat het onderzoek zich primair richt op grootschalige en risicovolle evenementen. Doel van het onderzoek bij de vaste venues is om te leren van de communicatiemiddelen die daar, na jaren ervaring, evalueren en bijsturen, worden ingezet. Bij de selectie van de vaste venues is gebruik gemaakt van onderstaande criteria. Deze criteria borduren voort op de bij de selectie van de grootschalige en risicovolle evenementen genoemde criteria om een redelijke vergelijking tussen de evenementen en venues te kunnen maken.

- Vaste venue waar grootschalige activiteiten plaatsvinden;
- Vaste venue bestaat minimaal 5 jaar (dus ervaren);

² Voetbalhooligans hebben het plegen van geweld als motief om naar een voetbalwedstrijd te gaan. Bij een demonstratie zijn er mensen die als motief hebben om tegen de politie te rellen.

- Activiteiten in principe gericht op (jong)volwassenen;
- Twee verschillende soorten activiteiten (een concerthal en een pretpark) om een divers beeld te krijgen.

Er is gekozen voor geanonimiseerde verslaglegging omdat sommige informatie gevoelig kan liggen en een negatief effect kan hebben op het veiligheidsgevoel van bezoekers en het imago van een organisatie of evenement. In bijlage 2 'Overzicht venues, evenementen en documenten en respondenten' staat een geanonimiseerd overzicht van de onderzochte venues en evenementen, de bevraagde respondenten en de door de organisaties aangeleverde documenten.³

2.5.2 Respondenten

Er zijn in totaal 13 interviews gehouden: 11 interviews voor evenementen en 2 interviews over de vaste venues. Per evenement zijn een coördinator veiligheid van de evenementenorganisator (of soortgelijke functie), een ambtenaar openbare orde en veiligheid van de gemeente (of soortgelijke functie) en de operationeel leidinggevende ten tijde van het evenement van de politie (operationeel commandant of hoofd ordehandhaving) geïnterviewd. Over het algemeen zijn dit de partijen die verantwoordelijk zijn voor de veiligheid van bezoekers. De taken en verantwoordelijkheden kunnen per evenement verschillen (Van Hijum & Oberijé, 2018; Stichting Evenementenhandboek, 2019). Er zijn in totaal 13 respondenten voor de evenementen. Bij één evenement was de gemeente tevens organisator van het evenement waardoor twee interviews in een keer werden afgenomen met een respondent. Bij twee interviews sloten op verzoek van de betreffende evenementenorganisatoren twee respondenten aan waardoor het aantal respondenten voor evenementen op 13 komt. Daarnaast zijn twee interviews gehouden met veiligheidscoördinatoren van de twee geselecteerde vaste venues. Anders dan bij evenementen is hier maar een discipline verantwoordelijk voor de veiligheid van de bezoekers en dat is de organisatie van de venue. Gemeente en politie hebben in principe geen verantwoordelijkheid. Hierdoor is er per vaste venue een interview afgenomen. Door bovenstaande selecties en spreiding van de respondenten kon een zo breed mogelijk beeld worden verkregen.

2.5.3 Informatieverzameling

Ter voorbereiding op de interviews is aan alle respondenten gevraagd relevante beleidsdocumenten, veiligheidsplannen, crowd management plannen, beveiligingsplannen en

³ Examinatoren van de MCPM kunnen de gegevens van de venues, evenementen, respondenten en documenten bij onderzoeker opvragen.

andere relevante documenten toe te sturen. De informatie uit de richtlijnen en handreikingen op het gebied van evenementen is samen met de informatie uit het theoretisch kader en de opgestelde deelvragen gebruikt om een vragenlijst op te stellen op basis van de onderwerpen organisatieprofiel, activiteitenprofiel, ruimtelijk profiel, publieksprofiel, publiekscommunicatie, crowd disasters en toekomst. De vragenlijst diende als basis voor de documentenstudie en de interviews. De vragenlijst is als bijlage in dit onderzoeksrapport opgenomen (bijlage 1).

Ter voorbereiding op de interviews zijn de aangeleverde documenten doorgenomen. De informatie uit de documenten is vervolgens verwerkt aan de hand van de thema's van de vragenlijst. Deze informatie is als basis gebruikt voor de interviews, waarna tijdens de interviews verdiepende en aanvullende vragen zijn gesteld. In bijlage 2 'Overzicht venues, evenementen en documenten en respondenten' staat welke documenten zijn aangeleverd en bestudeerd.

De interviews zijn deels (9) fysiek en deels digitaal (5) afgenomen. Eenmaal was dit op verzoek van de onderzoeker omdat de reistijd niet paste binnen de drukke agenda. In de andere vier gevallen was dit op verzoek van een respondent om verschillende redenen. Bij zowel de fysieke interviews als de interviews die digitaal zijn afgenomen, is geïnvesteerd in het creëren van een vertrouwelijke sfeer door tijd te investeren in kennismaking en de in- en aanleiding van het onderzoek. Dit is van belang vanwege de gevoeligheid van het onderwerp (Verhoeven, 2018). De interviews namen gemiddeld ongeveer een uur in beslag. Doordat middels de documentenstudie vooraf al veel algemene vragen beantwoord waren, was het mogelijk om de interviews relatief kort te houden. Dit was relevant omdat het evenementenseizoen in volle gang was tijdens het onderzoek en de agenda's van de respondenten vol zaten.

Van de documentenstudie en interviews zijn verslagen (in de vorm van een beantwoorde vragenlijst) gemaakt die de rode draden weergeven. Deze zijn wegens tijdsdruk van zowel onderzoeker als de respondenten door de timing - hoogseizoen evenementen - niet teruggelegd bij de respondenten. Wel zijn de eerste resultaten uit de documentenstudie tijdens het interview met de respondent besproken. De verslagen zijn vervolgens gearchiveerd. De uitspraken van de respondenten zijn geanonimiseerd verwerkt. Uit de interviews werd duidelijk dat de respondenten het op prijs stelden als de resultaten anoniem verwerkt werden. Reden hiervoor is de eerdergenoemde gevoeligheid van het onderwerp. Maatregelen hebben effect op het veiligheidsgevoel van bezoekers. Het eventueel ontbreken van passende maatregelen in het kader van evenementenveiligheid, kan een negatief gevoel hebben op het veiligheidsgevoel van bezoekers en daarmee het imago van het evenement en de evenementenorganisator of de venue schaden. Door de uitkomsten van de documentenstudie

en de interviews geanonimiseerd te verwerken, is informatie heel open gedeeld. In de bijlage 2 is een anonieme respondenten- en documentenlijst opgenomen.

Voor meer informatie over de in de interviews genoemde innovatieve middelen is een deskresearch uitgevoerd. Tijdens de interviews werden innovatieve middelen soms slechts bij naam genoemd. Er is middels Google specifiek gezocht naar de genoemde middelen voor aanvullende informatie, hierbij lag de focus op het doel van het middel en hoe het middel kan worden ingezet.

2.6 Analyse van data

De verzamelde gegevens zijn kwalitatief geanalyseerd op basis van een thematische analyse middels de methode van Braun & Clarke (2006). Achtereenvolgens is de verzamelde informatie verkend, gecodeerd, gethematiseerd, gereviseerd en verfijnd, vastgesteld en gestructureerd en ten slotte in dit onderzoeksrapport gepresenteerd (Verhoeven, 2018).

Bij het opstellen van de vragenlijst, die de basis vormde voor de documentenstudie en interviews, is goed nagedacht over sleutelbegrippen die relevant zijn voor de beantwoording van de deelvragen en de hoofdvraag. De sleutelbegrippen zijn daarna gegroepeerd waardoor thema's ontstonden. De informatie uit de documentenstudie is als basis gebruikt voor de interviews, waarna tijdens de interviews verdiepende en aanvullende vragen zijn gesteld. De verzamelde gegevens zijn verkend met de sleutelbegrippen in het achterhoofd. De opgehaalde informatie is vervolgens gebruikt voor de beantwoording van de vragen uit de eerdergenoemde vragenlijst per evenement en venue ter beantwoording van deelvragen 2, 3 en 5. Deelvraag 4 is beantwoord door de informatie uit de interviews met de evenementenorganisatoren, gemeenten en politie te spiegelen aan de informatie uit de interviews met de veiligheidscoördinatoren van de venues. Deelvraag 5 is aangevuld met de informatie uit de deskresearch. Op basis van de ingevulde vragenlijsten is een definitieve lijst opgesteld met thema's. Er is vervolgens een Exceldocument gemaakt met op de verticale as de thema's en de horizontale as de evenementen (E1 tot en met E4) en venues (V1 en V2). Relevante informatie uit de documentenstudie, interviews en deskresearch is samengevat in het Exceldocument. Daarnaast is een document opgesteld met mogelijk relevante quotes per respondent ter ondersteuning van de resultaten. Er is daarna gekeken welke verbanden zichtbaar waren tussen en binnen de thema's.

3. Theoretisch kader

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader van dit onderzoek geschetst. Dit kader geeft antwoord op deelvraag 1 Hoe kan het gedrag van mensen in menigten in crisissituaties middels communicatiemiddelen worden beïnvloed? en geeft daarnaast richting aan het onderzoek. Het theoretisch kader richt zich op een tweetal thema's: het gedrag van mensen in menigten in crisissituaties en het communiceren met mensen in menigten in crisissituaties.

3.2 Gedrag van mensen in menigten in crisissituaties

Voordat er naar het gedrag in de menigte wordt gekeken, is het van belang om te bespreken welke soorten menigten er zijn en waarop de focus in dit onderzoek ligt. Vervolgens wordt gekeken naar het gedrag van mensen in menigten in het algemeen en naar het gedrag in crisissituaties. Als duidelijk is wat een menigte drijft, kunnen daaruit conclusies worden getrokken over hoe het gedrag van de menigte kan worden beïnvloed. Daarvoor worden diverse beïnvloedingsmodellen inzichtelijk gemaakt.

3.2.1 De menigte

In dit onderzoek staat de massa of menigte centraal. Volgens Van Dale (z.d.) is massa "een groot aantal; = menigte of de grote meerderheid van mensen". Een menigte is volgens Van Dale "een grote hoeveelheid, m.n. grote groep mensen" (Van Dale, z.d.)⁴. In de literatuur zijn verschillende beschrijvingen van menigten te vinden. Zo heeft Le Bon (1895) het over een bijeenkomst van individuen van welke nationaliteit, beroep of geslacht dan ook, die onder welke omstandigheden dan ook samengekomen. Canetti (1960) spreekt over een ongeorganiseerde, ongedefinieerde groep individuen die zich voor een bepaalde periode heeft verzameld. Drury en Reicher (2009) hebben het over een groep die samenkomt op een specifieke locatie, met of zonder een specifiek doel, en die elkaar beïnvloeden in hun gedrag en emoties. Volgens Van de Sande (2013) is een menigte een bijeengekomen groep mensen die tijdelijk onzeker is over hoe ze zich dienen te gedragen. Still (2019) beschrijft de menigte als 'a collection of individuals', oftewel een verzameling van individuen. Waarbij de individuen die samenkomen een gemeenschappelijk doel en een soort van uniformiteit delen, maar niet noodzakelijk als een samenhangende eenheid functioneren.

⁴ In de betekenis van een massa wordt door Van Dale (z.d.) naar menigte verwezen. Het verschil tussen beide termen is minimaal. In dit onderzoek wordt verder alleen de term menigte gebruikt, ook indien een bron in zijn of haar originele tekst het woord massa gebruikt.

Hoewel er geen eenduidige definitie lijkt te zijn voor menigte, zijn er wel een aantal kenmerken die verschillende beschrijvingen gemeen hebben. Het betreft grootte (er moet een grote groep mensen zijn), dichtheid (de individuen bevinden zich in een bepaald gebied met voldoende dichtheid), tijd (de individuen komen samen gedurende een meetbare hoeveelheid tijd), collectiviteit (de individuen hebben een sociale identiteit, delen gemeenschappelijke doelen en interesses en handelen op een coherente manier), en er is sprake van een nieuwe situatie (de individuen moeten in staat zijn om op een sociaal samenhangende manier te handelen, ondanks dat ze samenkomen in een onbekende situatie) (Challenger et al., 2010).

Op basis hiervan wordt in dit onderzoek de volgende definitie van een menigte gebruikt:

De menigte is een grote groep bezoekers die samen is gekomen op een evenemententerrein om gedurende een aantal uren te genieten van het evenement en die zich, ondanks dat ze overwegend vreemden van elkaar zijn en zich in een onbekende situatie bevinden, verenigd voelen door de gemeenschappelijke interesse van het bezoeken van dat evenement en daardoor in staat zijn om sociaal coherent te handelen.

Vertaling van de definitie naar een concrete situatie

Een bijeenkomst van 10.000 mensen die fysiek samen zijn gekomen in een groot park voor een concert en die dicht op elkaar anderhalf uur lang luisteren en kijken naar het optreden van een artiest en zich hierbij, ondanks dat ze bijna niemand anders kennen en nog nooit in dit park zijn geweest, verenigd voelen omdat ze allen fan zijn van de artiest en daardoor op een sociaal samenhangende manier handelen.

3.2.1.1 Typologieën van menigten

Om menigten te kunnen beheersen, is het van belang om onderscheid te maken tussen typen menigten. Wanneer er geen onderscheid gemaakt wordt, kan dit leiden tot problemen in een menigte (Berlonghi, 1995). Le Bon (1895) onderscheidt homogene (bijvoorbeeld mensen die naar een concert gaan van een bekende artiest) en heterogene menigten (bijvoorbeeld mensen in een wachtrij ergens) en georganiseerde en ongeorganiseerde menigten. Hij benadrukt dat verschillende typen menigten verschillende vormen van gedrag kunnen vertonen, afhankelijk van hun samenstelling, structuur en leiderschap.

Cannetti (1960) onderschrijft vijf verschillende soorten menigten, elk gekenmerkt door emotie, ofwel het doel van de menigte. Hij gaat uit van een agressieve menigte (gericht op oproer, plundering, vernieling, vechten), een vluchtende menigte (gericht op vluchten voor gevaar), een verbodsmenigte (gericht op verzet tegen iets, bijvoorbeeld een demonstratie), een omkeringsmenigte (gericht op anders gedragen dan is voorgeschreven) en een feestmenigte (gericht op uiten van vreugde, zoals bij festival of concert).

Still (z.d.) specificeert een toevallige (casual) menigte, een samenhangende (cohesive) menigte, een expressieve menigte (zoals een demonstratie) en een agressieve menigte (bijvoorbeeldrellende hooligans).

Berlonghi (1995) identificeert elf verschillende soorten menigten op basis van drukte. Hij stelt dat elk van deze elf soorten menigten moet worden overwogen bij het organiseren van een evenement. Gedurende een evenement kunnen meerdere van deze typen menigten van toepassing zijn. In het kader van crowd management en -control dient op elk type menigte te worden geanticipeerd met passende interventies. Voorbeelden van de menigten die Berlonghi onderscheidt, zijn een ambulante menigte (een menigte die een locatie in- en uitloopt), een toeschouwersmenigte (een menigte die naar een activiteiten kijkt), een expressieve menigte (een menigte die betrokken is bij een soort van emotionele ontlading), een agressieve menigte (een menigte die verbaal agressief wordt en openstaat voor wetteloosheid), een ontsnappende of vertrappende menigte (een menigte die probeert te ontsnappen aan gevaar van een werkelijke of ingebeelde bedreiging van het leven), een dichte of verstikkende menigte (een menigte waarin individuele fysieke bewegingen steeds minder mogelijk zijn) en een gewelddadige menigte (een menigte die aanvalt, terroriseert en in opstand komt) (Berlonghi, 1995).

Kennis over wat men kan verwachten met betrekking tot bezoekers, kan behulpzaam zijn bij het voorkomen van problemen in menigten. Een feestende menigte vraagt een andere benadering dan een vluchtende of agressieve menigte. Wat weten we over het gedrag van menigten?

3.2.2 Theorieën over collectief gedrag

3.2.2.1 Geschiedenis van de theorieën

Er zijn verschillende theorieën over collectief gedrag, oftewel gedrag in menigten. Deze theorieën geven inzicht in waarom en hoe collectief gedrag kan ontstaan en welke factoren een rol spelen in het ontstaan van collectief gedrag. De Besmettingstheorie was een van de eerste theorieën over collectief gedrag (Le Bon, 1895). Le Bon stelt dat anonimiteit in een

menigte ertoe leidt dat mensen hun individuele rationaliteit en controle verliezen. Groepsgeest staat centraal in deze theorie. Mensen in een menigte voelen zich anders en denken en handelen anders dan wanneer ze alleen waren geweest (Le Bon, 1895). De Besmettingstheorie wordt door sommigen als controversieel beschouwd vanwege de nadruk op de primitieve en emotionele aard van menigten. De theorie heeft wel bijgedragen aan de ontwikkeling van het begrip van collectief gedrag en de psychologie van groepen. Het heeft geleid tot verdere onderzoeken en theorieën die proberen te verklaren waarom en hoe mensen zich gedragen als ze deel uitmaken van een menigte (Van de Sande, 2013).

Een van die andere theorieën is de Convergentietheorie (Freud, 1921; Allport, 1924). Volgens deze theorie zijn de individuen die deel uitmaken van de groep al van tevoren gemotiveerd om een bepaald doel te bereiken en hun deelname aan de groep is gebaseerd op de gedeelde interesse en doelstelling. In tegenstelling tot de Besmettingstheorie stelt de Convergentietheorie dat individuen hun individuele rationaliteit en controle niet verliezen. De groepsleden blijven individuen met hun eigen persoonlijkheden en beslissingsvermogen. De gemeenschappelijke interesses en doelen bieden een motiverende kracht voor de groep als geheel. De Convergentietheorie heeft bijgedragen aan het begrip van collectieve actie en groepsdynamiek. Het benadrukt de noodzaak om rekening te houden met individuele motivaties en belangen bij het begrijpen van groepsdynamiek en de redenen waarom individuen ervoor kiezen om deel uit te maken van een groep. De theorie heeft geleid tot verdere ontwikkeling van theorieën over groepsprocessen (Freud, 1921; Allport, 1924).

De De-individualiseringstheorie (Zimbardo, 1969/ 1970) benadrukt net als de Besmettingstheorie en de Convergentietheorie het verlies van individualiteit in groepen. Daar waar de Besmettingstheorie emotionele besmetting benadrukt en de Convergentietheorie de nadruk legt op een gemeenschappelijk doel richt de De-individualiseringstheorie zich op anonimiteit en depersonalisatie. De theorie stelt dat individuen in een groep hun persoonlijke identiteit en sociale normen verliezen en worden ondergedompeld in de groepsidentiteit. Dit proces van de-individualisering vindt plaats wanneer individuen zich in een anonieme groep bevinden waar ze niet kunnen worden geïdentificeerd of verantwoordelijk kunnen worden gehouden voor hun acties. De theorie benadrukt de noodzaak om rekening te houden met de invloed van de groepscontext op individuele beslissingen en gedrag. De De-individualiseringstheorie heeft geleid tot verdere onderzoeken naar de effecten van groepsgedrag en de factoren die van invloed zijn op individueel gedrag in groepssituaties (Zimbardo, 1970).

Waar menigten in de De-individualiseringstheorie werden gezien als een verzameling individuen die hun persoonlijke identiteit verliest, wordt in de Sociale Identiteitstheorie (Tajfel & Turner, 1979) collectief gedrag gezien als een verschuiving van individuele naar groepsidentiteit. De Sociale Identiteitstheorie stelt dat een deel van de identiteit van individuen wordt gevormd door groepsverbondenheid en dat individuen hun gedrag en houding baseren op de groepsidentiteit. Volgens de theorie zijn individuen gemotiveerd om deel uit te maken van een groep omdat dit hun zelfbeeld en gevoel van eigenwaarde versterkt. Wanneer individuen zich identificeren met een bepaalde groep, beginnen ze zich te conformeren aan de normen en waarden van die groep en beginnen ze zich te gedragen op een manier die overeenkomt met deze normen en waarden (Tajfel & Turner, 1979).

De Zelf-Categorisatietheorie (Turner et al., 1987) is een uitbreiding op de Sociale Identiteitstheorie en stelt dat mensen zichzelf niet alleen categoriseren op basis van de groepen waar ze deel van uitmaken, maar ook op basis van situaties waarin ze zich bevinden. De theorie benadrukt het belang van de sociale context en de situatie waarin mensen zich bevinden bij het begrijpen van groepsprocessen en intergroepsconflicten. De theorie suggereert dat mensen zichzelf anders kunnen identificeren en zich anders kunnen gedragen, afhankelijk van de situatie waarin ze zich bevinden. Denk hierbij aan een voetbalhooligan die tijdens een voetbalwedstrijd iemand mishandelt maar in zijn dagelijks leven een lieve huisvader is met een goede baan, die nog geen vlieg kwaad doet. De Sociale Identiteitstheorie en de Zelf-categorisatietheorie worden samen de Sociale identiteitsbenadering genoemd (Turner et al, 1987).

3.2.2.2 Conclusies theorieën over collectief gedrag

Vroegere theorieën laten zien dat het gedrag van mensen in menigten als irrationeel werd gezien. Tegenwoordig wordt gezien dat het gedrag rationeel is. Daarnaast zien we een verschuiving van de eigen identiteit naar een groepsidentiteit (Sociale Identiteitsbenadering). De meeste theorieën verklaren collectief gedrag onder specifieke omstandigheden. Veel theorieën over gedrag van mensen in menigten hebben betrekking op ongeregelheden. Bijvoorbeeld de de-individualiseringstheorie. Deze theorie suggereert dat wanneer individuen opgaan in een anonieme groep, ze minder verantwoordelijkheid voelen voor hun acties en meer geneigd zijn tot impulsief en ongewenst gedrag. Het kan echter ook leiden tot positieve resultaten wanneer individuen deel uitmaken van een groep die werkt aan een gemeenschappelijk doel en ze zich kunnen concentreren op dat doel zonder afgeleid te worden door individuele belangen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan activisten die zich vreedzaam inzetten voor het milieu. De Sociale identiteitstheorie en Zelf-categorisatietheorie benadrukken dat individuen hun zelfbeeld ontlenen aan de groepen waartoe ze behoren. In situaties van

groepsconflicten of spanningen kunnen negatieve intergroepsrelaties ontstaan, wat kan leiden tot ongeregeldheden en geweld. Wanneer mensen echter een positieve sociale identiteit ervaren, zijn ze geneigd om positief gedrag te vertonen dat de groepswaarden en normen weerspiegelt.

In dit onderzoek ligt de focus op een menigte die met goede intenties een evenement bezoekt, waarvan de individuen een positieve sociale identiteit ervaren waardoor de menigte positief gedrag vertoont. Door te begrijpen hoe dit groepsgedrag wordt gevormd en beïnvloed door identiteit en context, kunnen strategieën worden ontwikkeld om het gedrag van mensen in de menigte te beïnvloeden in specifieke situaties, zoals een (dreigende) crisissituatie.

3.2.3 Gedrag in crisissituaties

Gedrag in crisissituaties kan variëren. De een komt meteen in actie, de ander probeert te vluchten en weer een ander kan niets doen en bevriest als het ware. Deze 'fight, flight, freeze' theorie dateert uit de jaren 1920 en werd voor het eerst vastgesteld door Walter Bradford Cannon (Fink, 2009). Leach (2004) suggereert dat 15 procent van de mensen in een noodsituatie 'ongecontroleerd' zal bevriezen of huilen. 85 procent van de mensen komt wel in actie. De 'Theory of 10-80-10' (Meyer & Coffey, 2015) geeft een soortgelijk beeld. Meyer ontwikkelde een theorie over hoe een team functioneert en hoe individuele spelers kunnen worden gecategoriseerd op basis van hun reacties op bepaalde situaties. In deze context wordt ervan uitgegaan dat 10 procent leider of initiatiefnemer is. Zij laten een actieve reactie zien. Ze herstellen snel, ze zijn zich bewust van de situatie en hun beoordelings- en redeneringsvaardigheden zijn intact. 80 procent is volger of passieveling. Zij laten normale en automatische reacties zien. Ze zijn beduusd en verdoofd, nadenken en redeneren is moeilijk. 10 procent van de mensen werkt tegen. Ze tonen ongepast en ineffectief gedrag, ze zijn mentaal en/ of fysiek bevroren. Deze theorie kan worden toegepast op verschillende contexten, zoals het gedrag van mensen in een crisissituatie.

Paniek komt zelden voor en is uitzonderlijk. Mensen zijn in crises vaak behoorlijk in staat om zichzelf en anderen te redden of te ondersteunen (Spithoven et al., 2022). Bovendien blijkt dat wanneer paniek voorkomt, het zich beperkt tot een kleine groep mensen en van korte duur is (McPhail, 1991). Voorbeeld hiervan is de 'Damschreeuwer' tijdens de dodenherdenking in 2010. Een kleine groep mensen begon te rennen en werd gehinderd door dranghekken. Het geheel duurde slechts enkele minuten (Wijkhuijs & Van Duin, 2018). De term paniek staat wetenschappelijk ter discussie. Het is niet zo dat mensen die geconfronteerd worden met een bedreigende situatie zich in blinde paniek collectief irrationeel of egoïstisch gaan gedragen. Als gevolg van een brand, ontploffing, vechtpartij of bijvoorbeeld instorting van een bouwwerk

kan vluchtgedrag een logische reactie zijn. De effecten van het in beweging komen van grotere groepen mensen kunnen ernstig zijn als er onvoldoende ruimte is om veilig weg te komen. Er kan verdrukking optreden. Veel gevallen van verdrukking zijn echter geen gevolg van paniek of vluchtgedrag, maar van een slecht georganiseerd evenement waardoor er te veel mensen in een te beperkte ruimte terecht zijn gekomen (Adang et al., 2014).

Tegenover paniek valt (zelf)redzaamheid te plaatsen. Zelfredzaamheid betreft alle handelingen die door burgers verricht worden ter voorbereiding op rampen en zware ongevallen, tijdens en na rampen en zware ongevallen en om zichzelf en anderen te helpen de gevolgen van de ramp of het zware ongeval te beperken (Ruitenbergh & Helsloot, 2004). Verschillende casestudy's van noodsituaties laten zien dat er geen sprake was van paniek maar dat er juist tegenovergesteld gedrag te zien was, waarbij getroffenen elkaar hielpen en samenwerkten. Dit is bijvoorbeeld waargenomen bij de aanslagen op het World Trade Center in New York en bij de Bomaanslag in de Manchester Arena. In plaats van de stress in noodsituaties, die sociaal gedrag vermindert en het gevaar vergroot, is er in veel noodsituaties een opkomende gedeelde sociale identiteit die de basis vormt van wederzijdse steun en dus collectieve veerkracht (Drury, 2018).

Een belangrijke factor in het gedrag van mensen in menigten in crisissituaties is de invloed van andere mensen in de omgeving (Fruin, 1971). Mensen hebben de neiging om de acties van anderen in hun omgeving te volgen, vooral als ze zich onzeker voelen over wat er gebeurt. De normtheorie (Turner & Killian, 1957) stelt dat de sociale normen van een groep een belangrijke invloed hebben op het gedrag van individuen binnen die groep, vooral in situaties van conflict of crisis. Volgens Turner en Killian ontstaan normen als gevolg van interacties en sociale processen binnen een groep. Deze normen bepalen wat als sociaal aanvaardbaar wordt beschouwd en hoe leden van de groep zich dienen te gedragen. Normen kunnen expliciet worden gecommuniceerd, zoals formele regels en voorschriften, maar ze kunnen ook impliciet zijn en voortkomen uit sociale interactie en groepsdynamiek. De groepsnormen kunnen veranderen in situaties van conflict of crisis (Turner & Killian, 1972). Kritiek op de normtheorie is onder andere dat er beperkte aandacht is voor individuele motivatie en een gebrek aan sociale context.

“Om gedrag in menigten in crisissituaties te begrijpen, is het van belang om ook te kijken naar de context van de crisis en bijvoorbeeld betrokken andere partijen, denk aan beveiligers en hulpdiensten”
(Drury & Reicher, 2020).

Het Elaborated Social Identity Model (ESIM) is een theoretisch kader dat is gebaseerd op de Sociale Identiteitstheorie en de Zelf-categorisatietheorie. Het model benadrukt het belang van de sociale context, waarbij de interactie tussen de groep en de omgeving cruciaal is voor het begrijpen van crowd gedrag (Drury & Reicher, 2009). Om gedrag in menigten in crisissituaties te begrijpen, is het van belang om ook te kijken naar de context van de crisis en bijvoorbeeld betrokken andere partijen, denk aan beveiligers en hulpdiensten (Drury & Reicher, 2020).

Onderzoek naar opkomende sociale identiteit in menigten in crisissituaties toont aan dat vreemden in menigten in staat zijn banden te vormen in noodsituaties, waardoor ze onafhankelijk van de hulpdiensten kunnen reageren (evacuëren, coördineren, voor elkaar zorgen) (Drury et al., 2009). Een gedeelde sociale identiteit zorgt voor zelfregulatie en zelfvertrouwen. Volgens Drury zijn er drie fundamentele processen als het gaat om gedrag in menigte: het sociale identiteitsproces, groepsnormen en de relatie met andere groepen. Wanneer mensen in een menigte een sociale identiteit delen – wanneer ze elkaar zien als ‘een van ons’ – vormen ze een psychologische menigte (tegenover een fysieke menigte van mensen die toevalligerwijs op dezelfde locatie zijn maar het ‘wij-gevoel’ niet delen) (Drury, 2023). Mensen in een psychologische menigte vertrouwen en beïnvloeden elkaar eerder, ze helpen en ondersteunen anderen in de menigte en coördineren hun acties (Haslam et al., 2018). Volgens Drury zijn er vijf principes van belang bij het beïnvloeden van de sociale identiteit van de menigte middels communicatie: Inform, Explain, Engage, Empathise en Respect (I-EEER). Oftewel de menigte informeren (over wat er aan de hand is en wat er van hen wordt verwacht) door uitleg te geven (waarom de ene uitgang is afgesloten en een andere moet worden gebruikt), betrokkenheid te tonen (oogcontact maken, luisteren, vriendelijk gedrag laten zien), in te leven (laten zien dat het je wat doet, inspelen op wat de menigte nodig heeft, de expert zijn) en respect te tonen (Persoonlijke communicatie, 14 september 2023). Om de mensen in de psychologische menigte te beïnvloeden, is het belangrijk dat het personeel (zichtbaar) zijn best doet om de doelstellingen van het publiek te faciliteren (Drury et al., 2019), te differentiëren (Reicher et al., 2004) en medewerkers deel uit te laten maken van de gemeenschappelijke groep wat te bereiken is door communicatie (Carter et al., 2020).

*“Een gedeelde sociale identiteit zorgt voor zelfregulatie en zelfvertrouwen”
(Drury, 2018).*

Op het gebied van rampenbestrijding werden volgens Drury en Reicher (2020) gedurende een aantal jaren beslissingen genomen die waren gebaseerd op aannames van ‘massale paniek’.

Zo gaven hulpdiensten weinig informatie over een crisis om massale paniek te voorkomen. Een vermeend gebrek aan informatie verhoogt echter juist angst en leed van het publiek en vermindert hun effectiviteit (Drury & Reicher, 2020). Wanneer er onduidelijkheid is over de situatie zal in korte tijd een geruchtencircuit ontstaan over omvang, oorzaak en gevolgen van de ramp. Een actieve informatievoorziening is in dergelijke situaties van belang (Ruitenbergh & Helsloot, 2004). Wanneer mensen weten wat er aan de hand is, leidt dit tot het vertonen van zelf beschermend gedrag en de intentie om beschermende maatregelen te nemen (Kievik & Gutteling, 2011). Belangrijke interventie is daarom prioriteit te geven aan communicatie om overlevenden de juiste informatie te geven om met de situaties waarmee ze worden geconfronteerd, om te gaan. In tal van officiële beleidsdocumenten en trainingsprogramma's over crowd management zijn wereldwijd aannames van 'massale paniek' vervangen door verwijzingen naar sociale identiteit, groepsnormen en communicatie (Drury & Reicher, 2020).

3.2.3.1 Conclusies gedrag in crisissituaties

Het gedrag van mensen in menigten in crisissituaties kan variëren en is afhankelijk van verschillende factoren zoals de aard van de crisis, de sociale interactie en groepsdynamiek en de sociale context. Mensen in een menigte hebben de neiging om gedrag van anderen te imiteren. Van massale paniek lijkt er zelden sprake te zijn. Mensen kunnen zich over het algemeen goed redden, redden vaak anderen en werken daarbij samen met andere mensen in de menigte. Een gedeelde sociale identiteit lijkt daarbij een positief effect te hebben. Het communiceren over de aard van de crisis heeft een positief effect op het gedrag van de menigte. Bij het informeren van de menigte over wat er aan de hand is en wat er van hen wordt verwacht, is het belangrijk uitleg te geven, betrokkenheid en respect te tonen en inlevingsvermogen te laten zien.

3.2.4 Beïnvloedingsmodellen

Er bestaan verschillende beïnvloedingsmodellen gericht op gedrag van menigten in de context van veiligheid. In deze paragraaf worden verschillende theoretische modellen besproken waarbij wordt ingegaan op wat de modellen inhouden en wat overeenkomsten en verschillen zijn. Het begrijpen van hoe mensen beslissingen nemen tijdens een crisissituatie en welke factoren van invloed zijn op hun besluitvorming, kan worden gebruikt bij het ontwikkelen van effectieve(re) crisiscommunicatie.

3.2.4.1 Protectie Motivatie Theorie (PMT)

De Protectie Motivatie Theorie (PMT) is oorspronkelijk ontwikkeld door Rogers in 1975 (Rogers, 1975) en later uitgebreid door Floyd, Prentice-Dunn en Rogers in 2000 (Floyd et al., 2000). De PMT is een theoretisch model dat wordt gebruikt om te begrijpen waarom mensen

bepaalde gedragingen wel of niet vertonen. De PMT gaat ervan uit dat mensen bepaalde gedragingen vertonen omdat ze gemotiveerd zijn om zichzelf te beschermen tegen een dreiging en dat deze motivatie afhankelijk is van de perceptie van de waarschijnlijkheid en ernst van de dreiging (dreigings- of risicoperceptie) en de perceptie van de effectiviteit van de voorgestelde gedragingen (respons-effectiviteit). De PMT suggereert dat als mensen de ernst van de dreiging als hoog inschatten en de voorgestelde gedragingen als effectief beschouwen, ze eerder geneigd zijn om deze gedragingen te vertonen. Aan de andere kant, als mensen de ernst van de dreiging als laag inschatten of de voorgestelde gedragingen als ineffectief beschouwen, zijn ze minder geneigd om deze gedragingen te vertonen (Floyd et al, 2000).

3.2.4.2 Extended Parallel Process Model (EPPM)

Het Extended Parallel Process Model (EPPM) (Witte, 1992; Witte & Allen, 2000) is een theoretisch model dat voortbouwt op de PMT maar stelt dat angst en reacties op dreigingen complexer zijn dan alleen de perceptie van de ernst van de dreiging en de effectiviteit van het gedrag om deze dreiging te verminderen. Het EPPM stelt dat de reactie op dreigingen afhankelijk is van twee parallelle processen: de perceptie van de ernst van de dreiging samen met de perceptie van de effectiviteit van het aanbevolen gedrag om deze dreiging te verminderen (zoals bij de PMT), en daarnaast van de perceptie van de eigen competentie om dit aanbevolen gedrag uit te voeren (self-efficacy) samen met de perceptie van de emotionele reacties op de dreiging (coping-effectiviteit). Het model suggereert dat wanneer mensen worden geconfronteerd met een dreiging, ze zich eerst richten op de perceptie van de ernst van de dreiging en de effectiviteit van het gedrag om deze dreiging te verminderen. Als ze zich echter niet competent voelen om het gedrag uit te voeren of als ze overweldigd worden door hun emotionele reactie op de dreiging en er niet mee om kunnen gaan, kan dit leiden tot defensieve reacties zoals ontkenning of vermijding. Volgens het EPPM zijn de verschillende percepties tevens de kernfactoren die bepalen of een risico-communicatieboodschap effectief is en leidt tot een vervolgactie (Witte & Allen, 2000).

3.2.4.3 Protective Action Decision Model (PADM)

Het Protective Action Decision Model (PADM) (Lindell & Perry, 2012) is gebaseerd op onderzoek naar reacties van mensen op gevaren en rampen. Het PADM is een theoretisch model dat werd ontwikkeld om te begrijpen hoe mensen beslissingen nemen over beschermende acties tijdens noodsituaties. Het PADM gaat uit van drie kritische besluitvormingsprocessen, te weten dreigingsperceptie (de perceptie van de ernst en de kans op blootstelling aan de dreiging), respons-effectiviteit (de effectiviteit van de voorgestelde acties) en perceptie van de stakeholders (stakeholdersperceptie). De uitkomst van het

besluitvormingsproces samen met de persoonlijke kernmerken en de perceptie van de kosten en voordelen, bepalen de gedragsreactie (Lindell & Perry, 2012).

3.2.4.4 Inzet van beïnvloedingsmodellen

De beschreven theorieën zijn gericht op het begrijpen en voorspellen van hoe mensen omgaan met dreigingen en risico's. Ze laten zien onder welke voorwaarden mensen in actie komen en benadrukken het belang van percepties van dreiging, risico's en effectiviteit. Het EPPM en het PADM zijn ontwikkeld als reactie op beperkingen in de PMT. Het EPPM en het PADM benadrukken beide het belang van beschermende acties en besluitvormingsprocessen, terwijl de PMT zich meer richt op het begrijpen van reacties op dreigingen en risico's.

De kernfactoren volgens bovenstaande modellen zijn:

- De perceptie van de ernst van de dreiging en de kans op blootstelling aan deze dreiging (dreigings- of risicoperceptie).
- De perceptie van de effectiviteit van de voorgestelde beschermende actie(s) (respons-effectiviteit).
- Het vertrouwen in het eigen vermogen om de voorgestelde beschermende actie(s) uit te voeren (self-efficacy).
- De perceptie van de eigen mogelijkheden om effectief met de dreiging om te gaan (coping-effectiviteit).
- De perceptie van belanghebbenden (stakeholdersperceptie).

De kennis over hoe mensen beslissingen nemen tijdens een crisis kan worden gebruikt bij het ontwikkelen van een communicatiestrategie. De genoemde percepties zijn de kernfactoren die volgens deze modellen bepalen of een communicatieboodschap effectief is en leidt tot vervolgactie zijn. Bij het beïnvloeden van het gedrag van bezoekers van grootschalige evenementen in een crisissituatie middels communicatie dient rekening gehouden te worden met deze factoren.

“Unless the warning recipient believes that the threat is genuine, he is not likely to undertake any protective action” (Perry, 1983).

3.3 Communiceren met mensen in menigten in crisissituaties

In de vorige paragraaf is gekeken naar gedrag in menigten en hoe mensen beslissingen nemen tijdens een crisis. Bij het beïnvloeden van mensen is het essentieel om te

communiceren en de juiste informatie te geven. Bij communiceren dient rekening gehouden te worden met de verschillende kernfactoren die van invloed zijn op het beslissingsproces tijdens een crisissituatie. In deze paragraaf wordt gekeken naar welke aspecten van belang zijn om effectief te communiceren met mensen in een menigte. Daarbij komen communicatie en crisiscommunicatie in het algemeen en communicatie specifiek tijdens grote evenementen aan de orde.

3.3.1 Communicatie en crisiscommunicatie

Communicatie is elk gedrag en elke uitwisseling van informatie, gedachten, gevoelens en wensen. Zowel verbaal als non-verbaal. Het communicatieproces begint bij een zender die een boodschap wil overbrengen aan een ontvanger. De zender bepaalt hoe hij de boodschap over gaat brengen. Vervolgens wordt de boodschap vertaald naar woorden of signalen, oftewel gecodeerd, en wordt een medium gekozen. De ontvanger ontvangt de signalen, decodeert en interpreteert deze en geeft betekenis aan de boodschap. De ontvanger kan vervolgens reageren op de boodschap en dan zijn de rollen omgedraaid. Er is sprake van effectieve communicatie als de ontvanger de boodschap van de zender interpreteert zoals die door de zender is bedoeld (Alblas & Vos, 2022). Voor effectieve communicatie zijn er verschillende factoren van belang, afhankelijk van het onderwerp, doel van de boodschap, doelgroep en setting waarin wordt gecommuniceerd. Deze factoren zijn bijvoorbeeld de inhoud van de boodschap, het communicatiemiddel (kanaal) wat wordt gebruikt, de wijze waarop de boodschap wordt vormgegeven en het moment waarop wordt gecommuniceerd (Spithoven et al., 2022). Zo zal een gemeente andere keuzes maken om burgers te informeren over een aankomend evenement in de gemeente dan wanneer er op dat evenement een groot incident, een crisis, plaatsvindt en bezoekers geïnformeerd moeten worden dat het evenement met spoed moet worden ontruimd.

Crisiscommunicatie is communicatie tijdens een crisissituatie, waarmee de crisisorganisatie voorziet in de maatschappelijke informatiebehoefte. Volgens artikel 7 van de Wet Veiligheidsregio's dient de burgemeester zorg te dragen dat de bevolking informatie wordt verschaft over de oorsprong, de omvang en de gevolgen van een ramp of crisis die de gemeente bedreigt of treft, alsmede over de daarbij te volgen gedragslijn. Hiervoor is binnen de crisisorganisatie onder andere een communicatieaanpak ontwikkeld over het informeren over de aard, omvang, aanpak, gevolgen, duur en verloop van de crisis en over maatregelen die getroffen zelf kunnen overnemen (Regvoort & Siepel, 2014). In het rapport van de Commissie Bevolkingszorg 'De vrijblijvendheid voorbij' uit 2012 wordt voor crisiscommunicatie de volgende definitie gehanteerd: "het communiceren met de bevolking waarbij wordt aangesloten bij de (informatie)behoefte van de samenleving". Crisiscommunicatie vanuit de

overheid bestaat uit het leveren van feitelijke informatie (deze sluit zoveel mogelijk aan bij de informatiebehoefte van de betrokkenen), het geven van een concrete instructie en het duiden van de crisis (het door een boegbeeld van de overheid benoemen van de bredere context waarbinnen de crisis plaatsvindt) (Bruinooge, 2012). Om als crisisorganisatie effectief en gezaghebbend te kunnen communiceren, is geloofwaardigheid heel belangrijk. Die geloofwaardigheid wordt op basis van drie fundamentele aspecten ingeschat: openheid en eerlijkheid (in alle fasen van de crisis wordt gecommuniceerd over feiten, het handelen, afwegingen en dilemma's), medegevoel (de belangen van de getroffensten staan centraal) en deskundigheid (prestaties uit het verleden fungeren als garantie voor het heden) (Regvoort & Siepel, 2014).

3.3.2 Communiceren tijdens grote evenementen

Communicatie tijdens evenementen bestrijkt een breed spectrum. "In het kader van crowd management en -control bij evenementen kunnen alle directe en indirecte, formele en informele signalen, aanwijzingen en boodschappen waar bezoekers van een evenement aan worden blootgesteld, waarvan de bedoeling is het voorkomen of beheersen van gedrag en waarvan de zender eenieder is die actief deelneemt aan of verantwoordelijk is voor crowd management en crowd control, worden gezien als communicatie" (De Vries et al., 2013). In de communicatie rondom grootschalige en risicovolle evenementen zijn er volgens De Vries en collega's vier aandachtspunten, te weten communicatiestrategie, inhoud en boodschap, medium en communicatiekanalen en toonzetting en communicatiestijl (De Vries et al., 2013).

3.3.2.1 Communicatiestrategie

Voor het ontwikkelen van een communicatiestrategie dient onder meer inzicht te zijn in de wijze waarop mensen in verschillende contexten met elkaar communiceren, er dient een idee te bestaan over de mechanismen die daarbij een rol spelen en er dient inzicht te zijn in de mogelijkheden en beperkingen voor een toepassing van effectieve communicatie (Aarts et al., 2014). De communicatie moet ontvanger gericht zijn. De inhoud van de boodschap, de communicatiemiddelen en communicatieactiviteiten moeten worden afgestemd op de ontvanger. Dit is effectiever dan zendergericht communiceren. Voor crisiscommunicatie, en ook voor crowd management, is ontvanger gericht communiceren geboden (Wijkhuijs & Van Duin, 2018). Als het gaat om een communicatiestrategie bij een evenement is het van belang om te communiceren met één mond, congruent te zijn in communicatie en consistent te zijn in de signalen die men afgeeft richting publiek. Dit om boodschappen zo effectief mogelijk over te kunnen brengen en tegenstrijdigheden in de informatieverstrekking te voorkomen (De Vries et al., 2013).

3.3.2.2 Inhoud en boodschap

De boodschap moet de juiste informatie bevatten en helder en duidelijk zijn voor de ontvanger. Ook moet de boodschap een handelingsperspectief bevatten wat uitvoerbaar is. Bij een (dreigende) crisissituatie moet de bezoeker van een evenement zo adequaat mogelijk verteld worden wat de realiteit is zonder daarbij paniek te veroorzaken (De Vries et al., 2013). Het Elaboration-Likelihood-model (ELM) van Petty en Cacioppo (1986) stelt dat er twee routes zijn om met een boodschap het beoogde effect te krijgen. De centrale route en de perifere route. Bij de centrale route gaat het om het formuleren van kennis- en informatie gerelateerde boodschappen. De boodschap legt uit wat de ontvanger moet doen, direct en to-the-point. De doelgroep is ontvankelijk voor de informatie. Bijvoorbeeld, 'volg de groene borden naar de dichtstbijzijnde nooduitgang'. Bij de perifere route gaat het om gevoelsmatige en emotionele boodschappen. Omdat de doelgroep waarschijnlijk niet openstaat voor de boodschap, kiest de zender een omweg. De boodschap moet aansprekend zijn en bepaalde gevoelens oproepen bij de doelgroep. Bijvoorbeeld, 'houd bij het verlaten van het terrein rekening met elkaar, iedereen wil op tijd thuis zijn' (Wijkhuijs & Van Duin, 2018).

3.3.2.3 Medium en communicatiekanalen

Welk communicatiemiddel wordt ingezet, hangt af van het onderwerp, doel, doelgroep en setting. Wat betreft de doelgroep moet er vooraf rekening worden gehouden met de samenstelling en eigenschappen van het publiek. Om ervoor te zorgen dat alle bezoekers worden bereikt, dienen verschillende kanalen en een combinatie van media ingezet te worden om te communiceren met bezoekers van een evenement (De Vries et al., 2013). Als het gaat om onderwerp, doel en setting van de communicatie kan worden gekeken naar de fase en situatie waarin het evenement zich bevindt. Er worden drie fasen onderscheiden tijdens een evenement: Ingress (instroom), Circulation (doorstroom) en Egress (uitstroom). Tijdens elke fase kan de menigte worden gestuurd middels Design (ontwerp), Information (informatie) en Management. Er wordt hierbij onderscheid gemaakt tussen een normale situatie en een (dreigende) crisissituatie (Still, 2013/2022). Bij de instroom spelen bij evenementen in de publieke ruimte de gebiedsgebonden en infrastructurele beperkingen een rol (grote evenemententerrein, verkeersdruk/-stremming, parkeergelegenheid, toe-, uitstroom- en calamiteitenroute). Bij evenementen op een gesloten evenemententerrein staat bij de instroom de toegangscontrole door een beveiliging centraal. Bezoekers worden tijdens de instroom geïnformeerd over algemene zaken over het evenement en hoe bezoekers zich dienen te gedragen. Hiervoor worden bijvoorbeeld bewegwijzering en huisregels ingezet maar ook beveiligers en sfeerbeheerders spelen hierbij een belangrijke rol. Voor de doorstroom worden diverse middelen ingezet zoals matrixborden en het monitoren van de publieksdichtheid

middels camerasystemen en fysieke waarnemingen (Adang et al., 2018). In een (dreigende) crisissituatie moet eerst de aandacht van de bezoekers worden getrokken voordat bezoekers gewaarschuwd kunnen worden. Dit kan bijvoorbeeld door de muziek uit of zachter te zetten, de artiest van het podium te laten vertrekken, lichten aan te zetten of een waarschuwingssignaal te laten klinken. Vervolgens kunnen de bezoekers worden ingelicht door het omroepen van een bericht via het geluidssysteem, via een microfoon op het podium, met behulp van megafoons, via de aanwezige videoschermen, het versturen van tekstberichten of door berichten te verspreiden via internet en sociale media (Van Duykeren, 2014).

Voorbeelden van communicatiemiddelen die bij evenementen in worden gezet zijn:

- face-to-face contact tussen publiek en (aangewezen) herkenbare medewerkers;
- informatieborden, lichtkranten of elektronische displays die de menigte kunnen sturen;
- websites, sms-services en sociale mediakanalen zoals Twitter en Facebook;
- een eigen evenementen-app;
- geluidsinstallaties, al dan niet vanaf podia;
- afspraken met de pers (Stichting Evenementenhandboek, 2019).

Er moet ook rekening worden gehouden met eventuele uitval of overbelasting van het stroom-, telefonie- of WIFI-netwerk (De Vries et al., 2013).

Bij de Love Parade in Duisburg in 2010, waar 21 bezoekers in de drukte door verstikking om het leven zijn gekomen, ontbrak het aan geschikte communicatiemiddelen, waardoor het organiseren van de afvoer van bezoekers uit de te drukke tunnel onmogelijk was. Installatie van luidsprekers of gebruik van megafoons of een luidsprekerwagen had dit kunnen voorkomen (Helbing & Mukerji, 2012). Een voorbeeld van effectieve communicatie tijdens een evenement was te zien bij Pinkpop in 2014 toen er noodweer over het festivalterrein trok. Het terrein bood de mogelijkheid tot crisiscommunicatie via verschillende lichtkranten. Zo kon aan bezoekers de situatie duidelijk worden gemaakt en konden er instructies gegeven worden over hoe te handelen. Ook werden de bezoekers vanaf het hoofdpodium toegesproken (Wijkhuijs & Van Duin, 2018).

“Om ervoor te zorgen dat alle bezoekers worden bereikt, dienen verschillende kanalen en een combinatie van media ingezet te worden om te communiceren met bezoekers van een evenement”
(De Vries et al., 2013).

3.3.2.4 Toonzetting en communicatiestijl

De toonzetting en communicatiestijl hebben betrekking op aspecten van bejegening van publiek. Personeel en hulpdiensten dienen uiting te geven van een open houding en het publiek als volwassenen te behandelen door ze te informeren en zelf beslissingen te laten nemen. Dat betekent niet alleen het geven van informatie en uitleg, maar ook luisteren, vragen beantwoorden en respect tonen voor de behoeften van het publiek (Carter et al., 2020). Zo kan een vriendelijk praatje van medewerkers, beveiligers of politieagenten een positief effect hebben op het gedrag van het publiek (De Vries et al., 2013). Hardhandig optreden tegen iemand in de menigte kan daarentegen zorgen voor escalatie (Reicher et al., 2004). Ook de toon van geschreven boodschappen heeft invloed op de effectiviteit van de boodschap (De Vries et al., 2013).

3.3.3 Conclusies communiceren met mensen in menigten in crisissituaties

Bij de inzet van communicatie in (dreigende) crisissituaties op een evenement zijn verschillende factoren en aspecten van belang. Er moet een communicatiestrategie zijn waarbij inhoud en boodschap, medium en communicatiekanalen zijn toegespitst zijn op het onderwerp, doel van de boodschap, doelgroep en de setting waarbij niet alleen informatie wordt gegeven maar er ook wordt geluisterd naar het publiek, vragen worden beantwoord en er respect is voor de behoeften van het publiek. De communicatie moet afkomstig zijn van een betrouwbare bron, zodat de ontvanger de boodschap serieus neemt en vertrouwt op de informatie en er moet consistentie in de communicatie zijn. Dit geeft vertrouwen aan de ontvangers en zorgt voor een eenduidige boodschap. Het is belangrijk dat alle betrokken partijen dezelfde boodschap communiceren. De communicatie moet helder en duidelijk zijn, zodat de boodschap begrijpelijk is voor de ontvangers. De boodschap moet de juiste informatie bevatten en een handelingsperspectief, zodat de ontvangers weten wat er aan de hand is, wat van hen wordt verwacht en wat zij kunnen doen om de situatie te verbeteren.

4. Resultaten

4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk bevat de onderzoeksresultaten op basis van de documentenstudie, de semigestructureerde interviews en de deskresearch. In de tabellen in de volgende paragrafen staan de afkortingen V1 en V2 en E1 tot en met E4. De V staat voor vaste venues en de E staat voor evenementen. Het cijfer correspondeert met de venue of het evenement uit het 'Overzicht venues, evenementen, documenten en respondenten (bijlage 2).

4.2 Bezoekers en gedrag

Tabel 4

Type Terrein, Zelfredzaamheid, Samenstelling Bezoekers en Doel Bezoek per Venue en Evenement

	Type terrein	Zelfredzaam	Samenstelling bezoekers	Doel bezoek
V1	Venue	Ja	Heterogeen	Een dagje uit.
V2	Venue	Ja	Homogeen	Genieten van de muziek.
E1	Open	Ja	Heterogeen	Een feestje vieren.
E2	Gesloten	Ja	Homogeen	Een leuk feestje hebben en lekker genieten van alles wat er te doen is.
E3	Gesloten	Ja	Homogeen	Leuke dag uit, mooie beleving.
E4	Open	Ja	Heterogeen	Een gezellige dag hebben.

De bezoekers van zowel de venues als de evenementen hebben gemiddeld genomen een positieve intentie met hun bezoek (zie tabel 4). Ze willen een feestje vieren en genieten van een leuke dag uit. Er is een tweedeling wat betreft het type menigte. Bij de helft (50 procent) is er sprake van een homogene menigte, bij de andere helft is er sprake van een heterogene menigte. De bezoekers van zowel de venues als de evenementen zijn volgens alle respondenten in basis zelfredzaam (100 procent). Volgens respondent 2 zijn dance bezoekers het meest zelfredzaam omdat zij de meest ervaren bezoekers zijn. Ze gaan veel vaker per jaar naar feesten en weten wat ze kunnen verwachten. Respondent 10 sluit zich hierbij aan. Vooral de hardstyle fans zijn ervaren bezoekers die veel vaker naar evenementen gaan en daardoor zelfredzaam zijn volgens de respondent.

Tabel 5*Gedrag Bezoekers per Venue en Evenement*

	Rationeel gedrag of niet	Gedrag normale setting	Gedrag naar elkaar	Opvolgen instructies
V1	Rationeel.	Rustig.	De sfeer is ontspannen.	Over het algemeen goed. Bij drukke momenten soms wat minder. Dan zetten we extra beveiliging in. En vanuit de centrale post wordt alles gemonitord.
V2	Rationeel	Netjes naar elkaar.	Vrij relaxt.	Eigenlijk heel goed. Niet op de trappen staan, roken etc. Daar wordt naar geluisterd. Er is zelden agressie tegen personeel.
E1	Rationeel tot een bepaald tijdstip (invloed drank/ drugs).	Ze genieten van een feestje. Mensen zijn vrolijk, blij en lief voor elkaar.	Mensen gaan goed met elkaar om. Iedereen praat met elkaar. Gezelligheid overheerst. Er wordt veel van elkaar geaccepteerd. Als een aantal doelgroepen elkaar tegenkomt, kan het tot een treffen komen. Dit hoeft niet zo te zijn.	Lastig in te schatten. In basis wel maar afhankelijk van het moment, het middel en ook de boodschap. Wanneer het erg druk is, is het soms moeilijk om de mensen te bereiken en te beïnvloeden. Soms moeten mensen wat extra geholpen worden.
E2	Rationeel tot een bepaald tijdstip (invloed drank/ drugs).	Belangrijk kenmerk van onze doelgroep is de sociale betrokkenheid en saamhorigheid. Hierdoor is de sociale controle en onderlinge acceptatie bijzonder hoog.	Heel relaxt. Er zijn nauwelijks problemen. Mensen maken contact met elkaar. Iedereen praat met elkaar. De aanwezigheid van rivaliserende of provocerende personen is zeer minimaal en valt direct op binnen deze homogene doelgroep.	Goed, ook als je kijkt naar aankomst en vertrek. Dat gaat heel goed. Op het terrein idem. Het ligt eraan hoe je de instructie brengt.

E3	Rationeel tot een bepaald tijdstip (invloed drank/ drugs).	De bezoekers vertonen een beetje kuddegedrag. Mensen letten op elkaar en zorgen voor elkaar. Bij een opstootje sussen ze het zelf al.	Verdraagzaam. Rustig naar elkaar. Gezellig, ontspannen. Tegen iemand aanlopen is geen probleem, sorry en door.	Op onze instructies wordt goed gereageerd. Bijvoorbeeld het leegvegen van het terrein. De beveiliging monitort de stromingen goed. Het begeleiden met borden en mensen gaat goed.
E4	Rationeel tot een bepaald tijdstip (invloed drank/ drugs).	Ze lopen rond, kijken wat er allemaal is.	Acceptatie, een uitzondering daargelaten.	In principe goed. De led-schermen en bewegwijzering werken. Er wordt voornamelijk gestuurd door de inrichting van het terrein. Af en toe is er wat dwars (lokaal) publiek. En bij incidenten wil iedereen kijken.

Wat betreft gedrag geven beide venues aan dat het publiek rationeel handelt (zie tabel 5). Alle evenementen geven aan dat het publiek in principe rationeel handelt maar dat er onder invloed van drank en/ of drugs in de loop van het evenement soms wat minder rationeel gedrag wordt vertoond. Respondent 3 zegt hierover: “Tot een bepaald tijdstip vertonen de bezoekers rationeel gedrag. Er zit geen emotie achter, of nou ja, iedereen heeft dezelfde emotie (vrolijk, feest). Maar onder invloed van drank en drugs in de loop van de avond, komt er af en toe wel wat emotioneel gedrag tevoorschijn.” In de normale setting genieten de bezoekers van wat het evenement te bieden heeft. Naar elkaar toe zijn de bezoekers over het algemeen rustig en verdraagzaam. Er wordt veel van elkaar geaccepteerd. Alle respondenten geven aan dat de bezoekers instructies in principe goed opvolgen. Het moment, het middel, de boodschap en hoe deze wordt gebracht, zijn hierop van invloed.

4.3 Ingezette communicatiemiddelen

In tabel 6 staat welke communicatiemiddelen door de venues en evenementen worden ingezet. In dit overzicht staan alleen de middelen die in de documenten of de interviews zijn genoemd.

Tabel 6*Gebruikte Communicatiemiddelen per Venue en Evenement*

Communicatiemiddel	V1	V2	E1	E2	E3	E4	% gebruik
Bewegwijzering	x	x	x	x	x	x	100%
Calamiteitenvideo's				x			17%
Communicatie via beveiliging en medewerkers	x	x		x	x	x	83%
Communicatie via openbaarvervoersdiensten			x	x	x	x	67%
Communicatie via perscontacten	x	x	x	x	x	x	100%
Communicatie via Rode Kruis-/ EHBO-posten			x	x	x	x	67%
Communicatie via verkeersposten		x	x		x	x	67%
E-mails vooraf met laatste informatie		x	x	x	x		67%
Informatiestand				x	x		33%
Led-schermen/ lichtkranten/ hikers	x	x	x	x	x	x	100%
Live communicatie sociale media middels platform		x		x			33%
(Live) monitoring sociale media	x	x		x	x		67%
Lokale radiozender						x	17%
Megafoons	x	x	x	x			50%
Mobile app bezoekers	x		x	x			67%
Noodverlichting	x	x		x			50%
Omroepinstallaties	x	x	x	x	x	x	100%
Push berichten via mobile app			x	x			33%
QR-banner codes op verschillende plekken				x			17%
Social media	x	x	x	x	x	x	100%
SOS-knop in mobile app				x			17%
Stage managers		x	x	x	x		67%
Tekstkarren		x	x	x	x	x	83%
Tv-screens		x					17%
Vluchtrouteaanduiding	x	x	x	x	x	x	100%
Website	x	x	x	x	x	x	100%

Zoals in tabel 6 is te zien, zijn er verschillende communicatiemiddelen die bij beide venues in worden gezet: bewegwijzering, communicatie via beveiliging en medewerkers, communicatie via perscontacten, led-schermen, monitoring sociale media, noodverlichting, omroepinstallaties, megafoons, sociale media, vluchtrouteaanduiding en de website. Venue 1 zet daarnaast ook een mobile app in voor haar bezoekers. Venue 2 verspreid communicatieberichten via verkeersposten, stuurt vooraf een mail met laatste informatie, zet een platform in om live te communiceren met bezoekers via sociale media, zet stagemanagers in, en maakt gebruik van tv-schermen om bezoekers te informeren.

Wat betreft de evenementen laat tabel 6 zien dat een aantal communicatiemiddelen wordt ingezet door alle vier de evenementen, te weten: bewegwijzering, communicatie via openbaarvervoersdiensten, perscontacten, Rode Kruis-/ EHBO-posten en verkeersposten, led-schermen, omroepinstallaties, sociale media, tekstkarren, vluchtroutes en de website.

Evenement 2 zet als enige calamiteitenvideo's in. Ook wordt bij dit evenement een platform ingezet om live met het publiek te communiceren via sociale media. Verder hangen op verschillende plekken op het evenemententerrein QR-codes. Wanneer deze worden gescand met de mobiele telefoon kan er direct met de meldkamer van het evenement worden geappt. Het gebruik van noodverlichting wordt alleen bij dit evenement genoemd. Evenement 4 communiceert via een lokale radio-omroep. Evenement 2 en 3, de gesloten evenementen, hebben een informatiestand op het evenemententerrein. Ook worden bij deze evenementen sociale media live gemonitord. Het gebruik van megafoons wordt alleen genoemd door evenement 1 en 2. Dit zijn ook de evenementen die een mobile app inzetten om bezoekers te informeren. Beide hebben de mogelijkheid om via deze app pushberichten naar gebruikers te versturen. Evenement 2 heeft daarnaast ook een SOS-knop aan de app toegevoegd waarmee bezoekers in geval van nood rechtstreeks met de meldkamer van het evenement kunnen appen. Opvallend is verder dat evenement 1 als enige beveiliging en personeel niet inzet voor communicatiedoeleinden. Evenement 4 stuurt geen mail voorafgaand aan het evenement met laatste informatie en zet geen stagemanagers in.

Als gekeken wordt naar de communicatiemiddelen die de venues en de evenementen inzetten, valt op dat overal bewegwijzering, communicatie via perscontacten, led-schermen, omroepinstallaties, sociale media, vluchtrouteaanduiding en websites worden ingezet. Bij de venues is niet benoemd dat er gecommuniceerd wordt via openbaarvervoersdiensten en Rode Kruis-/ EHBO-posten. Er zijn geen communicatiemiddelen die beide vaste venues inzetten die bij geen van de evenementen worden ingezet. Beveiligers en ander personeel worden door beide venues en drie van de evenementen voor communicatiedoeleinden ingezet. Communicatie via verkeersposten en de tekstkarren worden door alle evenementen en een van de vaste venues ingezet.

4.4 Ervaring ingezette communicatiemiddelen

Tabel 7

Ervaring met Communicatiemiddelen per Venue

Ervaring met communicatiemiddelen	
V1	We zijn tevreden met al onze middelen. Wanneer iets niet goed werkt, passen we dit aan. Onze medewerkers zijn het belangrijkste communicatiemiddel.
V2	Communiceren vanaf het podium werkt het beste. Het effect is wel erg afhankelijk van persoon die de boodschap brengt. Bij voorkeur zetten we hier de artiest zelf niet voor in. Een rustige stem is belangrijk. De boodschap en tekst worden vooraf samen opgesteld. Ons voordeel ten opzichte van een evenement is dat we vaste looproutes hebben. Het is voor mensen in principe duidelijk waar ze heen moeten.

Venue 1 geeft aan tevreden te zijn met alle communicatiemiddelen die de venue gebruikt (zie tabel 7). Wanneer iets niet goed werkt, wordt dit aangepast. Respondent 1 geeft aan vooral in de medewerkers te investeren omdat zij het belangrijkste communicatiemiddel zijn.⁵ Venue 2 noemt als voordeel ten opzichte van evenementen de vaste looproutes. Respondent 2 geeft aan dat communicatie via het podium door de stagemanager heel goed werkt, maar dat het effect ervan afhankelijk is van de persoon die de boodschap brengt.

Tabel 8

Ervaring met Communicatiemiddelen per Evenement

Ervaring met communicatiemiddelen	
E1	<ul style="list-style-type: none"> • Een boodschap via het podium werkt heel goed. Een showstop zetten we niet snel in. Dit kan ook een negatief effect hebben (paniek). • Led-schermen werken prima in basis. Bezoekers zien die. We vragen ons wel af in hoeverre mensen te sturen zijn met led-schermen wanneer het al te druk is. Als er staat 'te druk, zoek andere locatie' dan denken sommigen juist "daar is het feestje, daar moeten we heen". • Social media heeft een groot bereik, vooral onder jongeren. Als je iets op het insta-verhaal plaatst, wordt dit door veel mensen bekeken. Maar of die mensen dan ook daadwerkelijk aanwezig zijn op het evenement, weet je niet. Twitter is achterhaald. Er zijn andere socials die effectiever ingezet kunnen worden. • Pushberichten via de app werken ook goed. Mensen moeten wel hebben aangegeven dat ze berichten willen ontvangen. • Personeel wordt eigenlijk niet ingezet voor communicatiedoelstellingen. Dit is wel een gemiste kans.

⁵ Medewerkers worden periodiek getraind. Zonder training mag niet worden gewerkt. Naast communicatiemiddelen als portofoon en telefoon werkt venue 1 met een medewerkers-app om medewerkers geïnformeerd te houden. Hierin staat algemene informatie en informatie specifiek per locatie maar deze kan ook worden ingezet in geval van een calamiteit om medewerkers een specifiek handelingskader te geven.

E2	De ervaring met alle middelen die we inzetten, is positief. Wanneer we het ene jaar zien dat iets niet werkt, passen we dit het volgende jaar aan. Inzet en effect is afhankelijk van doel.
E3	Allemaal positief.
E4	Vooraf de inzet van personeel/ beveiliging werkt goed en is laagdrempelig.

In tabel 8 staan samengevat de ervaringen van de respondenten van de evenementen met de ingezette communicatiemiddelen. Respondent 3 geeft aan dat boodschappen via het podium goed werken bij evenement 1. De led-schermen in basis ook. Al is de vraag van respondent 3 en 4 of mensen wel te sturen zijn met led-schermen. Via de led-schermen communiceren dat het druk is bijvoorbeeld, heeft op sommige mensen het effect dat ze juist naar die locatie gaan want daar is het blijkbaar gezellig. Daarom is er vorig jaar gestart met een andere manier van communiceren via de led-schermen waarbij beter wordt gekeken hoe gedrag van bezoekers kan worden beïnvloed. Er zijn bij respondent 6 ook zorgen over led-schermen: "Er wordt nu voornamelijk in het Nederlands en Engels gecommuniceerd. Wordt onze boodschap begrepen door alle bevolkingsgroepen? Ook worden vaker pictogrammen gebruikt, betekent een pictogram in een andere cultuur niet iets heel anders?". Volgens respondent 5 heeft sociale media een groot bereik, vooral onder jongeren. "Als je bijvoorbeeld iets op het 'insta-verhaal' plaatst, wordt dit door veel mensen bekeken. De vraag is echter of je wel de juiste mensen bereikt." Pushberichten via de app werken ook goed. Mensen moeten alleen wel aangeven dat ze berichten willen ontvangen (respondent 5). Bij evenement 2 en 3 wordt aangegeven dat alle ingezette communicatiemiddelen als positief worden ervaren. Respondent 7 geeft daarbij aan dat elk jaar geëvalueerd en aangepast wordt indien nodig. Wat betreft evenement 4 wordt door respondent 13 aangegeven dat vooral de inzet van personeel goed werkt en laagdrempelig is. Respondent 7 geeft aan: "Wat niet in de plannen staat, is kracht van de mensheid: de medewerkers. Dat is iets waar wij een vervolgstap in zetten. We investeren meer in onze mensen, bijvoorbeeld door de medewerkers app in te zetten. Medewerkers kunnen via de app bijvoorbeeld meldingen doorgeven aan de centrale post. Voorheen wisten mensen in het veld niet goed hoe ze informatie moesten doorgeven. Een klein brandje wat meteen geblust werd, dat hoorden we voorheen soms niet of misschien aan het einde van de dag bij toeval. Dit soort dingen kunnen nu meteen doorgegeven worden. Het is voor ons belangrijk ook die dingen te weten en erop in te kunnen spelen indien nodig. De communicatie gaat twee kanten op. Wij kunnen medewerkers bij een incident informeren over het incident, ze een handelingskader geven en aangeven hoe ze dienen te communiceren". Bij evenement 1 wordt (beveiligings)personeel niet ingezet voor communicatiedoeleinden. "Dit is eigenlijk wel een gemiste kans, daar zouden we wat mee kunnen", aldus respondent 5.

De ervaring met de inzet van de verschillende communicatiemiddelen is bij alle respondenten, dus zowel wat betreft de venues als de evenementen, in basis positief. Er wordt periodiek geëvalueerd en aangepast indien nodig. Bij de evenementen worden enkele aandachtspunten genoemd over het gebruik van led-schermen en sociale media.

*“Wat niet in de plannen staat, is kracht van de mensheid: de medewerkers”
(respondent 7).*

4.5 Communicatiestrategie

Tabel 9

Strategie, Inhoud en Boodschap Communicatiemiddelen per Venue

	Strategie, inhoud en boodschap communicatiemiddelen (inclusief toonzetting en stijl)
V1	De marketingafdeling bedenkt de communicatiestrategie. Alles is in principe gericht op gastgerichtheid.
V2	Wat gecommuniceerd wordt in geval van een crisis, ligt bij het bij crisis managementteam. De meeste communicatiemiddelen zijn vaste verwijzingen. Hier is door verschillende partijen goed over nagedacht. Er worden korte, krachtige boodschappen gebruikt. Het belangrijk om te blijven communiceren ook als er eigenlijk niets is om te communiceren.

Bij beide venues wordt nagedacht over de communicatiestrategie, inhoud en boodschap van communicatieberichten (zie tabel 9). Bij venue 1 is alle communicatie in principe gericht op gastvrijheid. De marketingafdeling bedenkt hoe er gecommuniceerd wordt. Er wordt afgestemd over hoe, met welk middel en door wie wordt gecommuniceerd. Ook worden afspraken gemaakt over woordvoering. In geval van een (dreigende) calamiteit wordt door het veiligheidsteam bepaald wat de communicatieboodschap voor de betreffende situatie wordt en hoe deze het beste kan worden gecommuniceerd.

Bij venue 2 wordt vooral gecommuniceerd via vaste verwijzingen. Hier is goed over nagedacht door allerlei verschillende partijen. Wat wordt gecommuniceerd in geval van een crisis, ligt bij het crisismanagementteam. Er worden korte krachtige boodschappen gebruikt. Een deel hiervan ligt vast in het veiligheidshandboek, zoals de berichten bij een eventuele ontruiming. In het veiligheidshandboek staat ook wie wanneer en waarvoor precies verantwoordelijk is op het gebied van veiligheid. De omroep- en ontruimingsinstallatie wordt als eerste ingezet in geval van een calamiteit. “We zijn sowieso open over de boodschap. Het belangrijk om te

blijven communiceren ook als er eigenlijk niets is om te communiceren (geen nieuws). Dan geven we dat aan”, aldus respondent 2.

Tabel 10

Strategie, Inhoud en Boodschap Communicatiemiddelen per Evenement

Strategie, inhoud en boodschap communicatiemiddelen (inclusief toonzetting en stijl)	
E1	<p>De meest belangrijke boodschappen worden voorbereid met onze afdeling communicatie.</p> <p>In geval van crises wordt er snel geschakeld met het multidisciplinaire veiligheidsoverleg. Communicatie is dan in de lead. Het is belangrijk het publiek te informeren zodat mensen zelf op basis van de informatie een beslissing kunnen nemen. Ook voelen mensen zich gemiddeld genomen zekerder wanneer ze informatie krijgen. Verder is de samenhang in middelen van belang. Iedereen moet dezelfde boodschap brengen. De tekst op de led-schermen moet corresponderen met wat op een podium gebeurt en wat beveiligers zeggen en uitstralen.</p>
E2	<p>De communicatiestrategie wordt voorafgaand aan het evenement bepaald.</p> <p>Communicatie-uitingen worden op het evenement en de doelgroep aangepast.</p> <p>Er wordt afgestemd wie wanneer verantwoordelijk is en voor welk middel</p> <p>Bij een crisis vindt multidisciplinair afstemming plaats over communicatie.</p>
E3	<p>De communicatie is beperkt voorbereid.</p> <p>Er wordt indien nodig een gezamenlijk communicatieplan gemaakt door het veiligheidsteam van de organisatie en het veiligheidsoverleg.</p> <p>Er wordt goed nagedacht wie de boodschap brengt.</p> <p>De boodschappen zijn kort en krachtig maar duidelijk. Met een duidelijk handelingsperspectief.</p> <p>De communicatie wordt afgestemd op de doelgroep.</p> <p>De bezoekers dienen als volwassenen behandeld te worden, door ze te informeren en zelf beslissingen te laten nemen.</p>
E4	<p>Communicatieberichten worden multidisciplinair afgestemd.</p> <p>Er is afstemming over de boodschap met de communicatieadviseur welke onderdeel uitmaakt van het veiligheidsteam.</p>

Bij alle evenementen wordt vooraf nagedacht over hoe te communiceren (zie tabel 10). In de interviews met de vier coördinatoren veiligheid van de evenementenorganisatie verwezen allen naar een of meerdere communicatieadviseurs die bij dit proces betrokken zijn. Deze zijn niet bevraagd in het kader van dit onderzoek.

Er wordt bij evenement 1 vooraf afgestemd wie verantwoordelijk is voor communicatie en wanneer. Zo is de preventieve voorlichting van het publiek een verantwoordelijkheid van de organisatie. Deze voorlichting dient mede ter ondersteuning van de zelfredzaamheid van het publiek. Daar waar het veiligheid betreft wordt communicatie afgestemd met het veiligheidsoverleg. Voorlichting in geval van een incident of kleine calamiteit tijdens het evenement geschiedt onder verantwoordelijkheid van de organisatie. In geval van crises wordt

er snel geschakeld met het multidisciplinaire veiligheidsoverleg. Communicatie is dan in de lead. In het geval van opschaling nemen de overheidsdiensten het voortouw. Respondent 3 geeft aan: “De insteek is dat we publiek zoveel mogelijk informeren. Publiek beweegt zich zoals ze geïnformeerd is en publiek maakt haar eigen keuzes. Des te meer we informeren, des te minder hoeven we in te grijpen. Daarnaast redeneren we dat wanneer publiek geïnformeerd is, men zich zekerder voelt, waardoor de kans op paniek wordt verminderd.” Er liggen allerlei boodschappen voor sociale media klaar per scenario zodat deze binnen een paar minuten online kunnen staan. De meest belangrijke boodschappen worden voorbereid door de afdeling communicatie van de organisatie. Voor de led-schermen zijn veel scenario's (teksten inclusief toonzetting) wat betreft drukte en andere zaken voorbereid. Verder is de samenhang in middelen van belang bij evenement 1 van belang. Iedereen moet dezelfde boodschap brengen. De tekst op de led-schermen moet corresponderen met wat op een podium gebeurt en wat beveiligers zeggen en uitstralen.

*“Des te meer we informeren, des te minder hoeven we in te grijpen.
Daarnaast redeneren we dat wanneer publiek geïnformeerd is,
men zich zekerder voelt, waardoor de kans op paniek wordt verminderd”
(respondent 3).*

Bij evenement 2 wordt vooraf een communicatiestrategie bepaald. Alle communicatie-uitingen worden op het evenement en de doelgroep aangepast. Ook wordt afgestemd wie wanneer verantwoordelijk is. Respondent 5: “Bij een crisis heb je te maken met een woordvoerder van de organisatie, een woordvoerder van het evenement en crisiscommunicatie. Het is dan een uitdaging om dezelfde boodschap te communiceren. Dit is wel belangrijk. Hierover vindt afstemming plaats.” Bij een crisis tijdens het evenement vindt multidisciplinair afstemming plaats over communicatie.

De communicatie is bij evenement 3 niet voorbereid op wat standaard berichten na. Het mediateam is verantwoordelijk. Er wordt indien nodig een gezamenlijk communicatieplan gemaakt met het veiligheidsteam en het veiligheidsoverleg. De communicatieteksten worden opgesteld samen met de afdeling communicatie. De teksten worden goed afgestemd op de doelgroep. “De specifieke doelgroep houdt niet van ‘betutteling”, aldus respondent 10. De bezoekers dienen als volwassenen behandeld te worden, door ze te informeren en zelf beslissingen te laten nemen. De bejegening van het publiek door autoriteiten speelt een belangrijke rol om escalatie te voorkomen. Een vriendelijk open en tegelijkertijd strenge

houding van de beveiliging is van belang. Respondent 10 geeft verder aan: “We denken goed na wie communiceert. Stel er is een brand buiten terrein. De artiest kan er dan wel wat over zeggen als het geen effect heeft op het evenemententerrein en het publiek. Bij belangrijk nieuws voor het publiek, bijvoorbeeld als de brand wel effect heeft op het evenement, dan laten we niet de artiest maar de stagemanager communiceren. Deze heeft meer aanzien, ook doordat de show ervoor wordt onderbroken. Het is de toon die de muziek maakt.” In de plannen van evenement 3 staat verder dat de communicatie helder, duidelijk en eenzijdig dient te zijn.

*“We denken goed na wie communiceert.
Het is de toon die de muziek maakt” (respondent 10)*

In het veiligheidsplan en crowd managementplan (document 10 en 11) van de organisatie staan verschillende beschrijvingen en aandachtspunten wat betreft communicatie die, soms letterlijk, uit het onderzoek van De Vries komen (De Vries et al., 2013). Zo is communicatie in de ‘normale’ situatie het meest effectief als de communicatie helder, consistent en betrouwbaar is. In geval van calamiteit moet de informatievoorziening snel en betrouwbaar zijn en een uitvoerbaar en nuttig handelingsperspectief bevatten. In beide situaties moet de communicatie verder via zoveel mogelijk kanalen gaan om selectiviteit in de ontvangst tegen te gaan. Tijdens het interview met de coördinator veiligheid van de evenementenorganisatie is door dieper in te gaan op deze punten ‘getest’ of respondent 10 daadwerkelijk begreep wat deze aandachtspunten inhouden en waarom het aandachtspunten zijn. De respondent wist exact de essentie te benoemen en ook hoe hier uitvoering aan wordt gegeven.

Communicatieboodschappen bij evenement 4 worden afgestemd met een communicatieadviseur. Deze maakt onderdeel uit van het veiligheidsteam. Het team communicatie heeft als taak de communicatie te verzorgen rondom de veiligheid van het evenement. Daarnaast sluit een woordvoerder aan in de veiligheidsoverleggen en het tactisch overleg. Boodschappen tijdens een calamiteit worden verspreid in samenspraak met persvoorlichter van politie. Indien er sprake is van een veiligheidsincident op het evenement en er direct actie nodig is, dan verloopt de communicatie via de gemeentelijke communicatiekanalen. De informatie wordt vervolgens gedeeld door de kanalen van andere betrokkenen.

4.6 Wat moet of kan beter met betrekking tot sturing van publiek

Tabel 11

Verbeterpunten Sturing Publiek per Venue en Evenement

Verbeterpunten	
V1	We zijn continue aan het verbeteren, dat is het voordeel van een vast venue. Wanneer we merken dat mensen te makkelijk over een bepaald soort hek klimmen, vervangen we dat type hek. Dit zou bij evenementen ook meer moeten. Goede evaluatie is belangrijk. En dan de evaluatiepunten daadwerkelijk meenemen in volgende editie.
V2	<ul style="list-style-type: none"> • Er zou meer 'SMS-only' gecommuniceerd moeten worden. Dit werkt ook wanneer 4/ 5G eruit ligt. Als meer mensen SMS gebruiken in plaats van app, wordt het 4/ 5G netwerk ontlast. • Bij festivals veel meer tegen programmeren. • Meekijken door organisatie met vaste 151c camera's (maar ja, wetgeving...).
E1	<ul style="list-style-type: none"> • Beter kan (moet?) letten op doorstroom gebieden. Mogelijkerwijs door meer spreiding programmering. • Boodschappen op de led-schermen moeten beter/ anders qua toonzetting. Er moet beter inzicht komen waar de mensen naar luisteren, hoe je hun gedrag echt kunt beïnvloeden. • Er zou een systeem moeten komen waarmee we onze eigen medewerkers en beveiligers makkelijk kunnen informeren en instrueren. Safesight zou een optie kunnen zijn. • Beter live monitoring van de sociale media. Bijvoorbeeld inzet van een organisatie als LiveCrowd. Dit zorgt voor tweerichtingsverkeer. • Nog meer met diverse middelen eenduidig sturen/ communiceren.
E2	Onze uitdaging zit vooral in de nachtelijke uren. Overdag zitten we goed in de communicatie met onze mensen. Maar om 04:00 uur is het programma afgelopen en dan heb je te maken met duizenden mensen op de camping. Hoe bereik je die mensen bij een incident? Alarmeren, signaleren, daar zit voor mij dan de grootste uitdaging.
E3	Meest van belang zijn genoeg brede doorgangen. Goed live kijken, op tekening alleen is onvoldoende. Rekeninghouden met kruisende bezoekersstromen (tegendraads).
E4	Ik ben op zoek naar meer innovatieve middelen. Ik wil meer ondersteunende tools.

Bij zowel de venues als bij de evenementen zijn volgens de respondenten verbeteringen nodig c.q. mogelijk. Wat opvalt, zie tabel 11, is dat er veel verschillende verbeterpunten worden genoemd en dat er geen overeenkomsten zijn tussen de antwoorden van de respondenten van de verschillende venues en evenementen. Er worden vooral praktische middelen genoemd, nieuwe middelen of middelen die anders of beter ingezet zouden kunnen worden. Bij nieuwe middelen worden LiveCrowd en Safesight genoemd. Deze middelen worden in paragraaf 4.7 Innovatieve ontwikkelingen toegelicht. Middelen die anders of beter ingezet zouden kunnen worden volgens de respondenten zijn bijvoorbeeld camerabeelden (151c Gemeentewet camera's) en programmering. Respondent 6 noemt specifiek nog het meer met diverse middelen eenduidig sturen/ communiceren.

4.7 Innovatieve ontwikkelingen

In deze paragraaf worden innovatieve ontwikkelingen beschreven die bij kunnen dragen aan het sturen van bezoekers. Alleen de ontwikkelingen die tijdens de interviews zijn genoemd, zijn meegenomen in dit onderzoek. Wel is aanvullend deskresearch uitgevoerd naar de genoemde ontwikkelingen. De ontwikkelingen zijn niet per se ontwikkelingen waar de venues en evenementen zelf mee bezig zijn. Er zijn ook ontwikkelingen die door de respondenten worden genoemd omdat ze deze in de gaten houden om te kijken of ze er op een later moment wat mee kunnen. In tabel 12 staat per middel wat de doelen zijn en de methode waarop dit doel wordt behaald. Deze doelen zijn bepaald op basis van de informatie welke middels deskresearch in open bronnen is gevonden. De volgende doelen worden onderscheiden:

- Ondersteunende informatie (om beslissingen te nemen);
- Informatiedeling (van ondersteunende informatie, logboek, handelingskaders etc.);
- Communicatiemiddel (gericht communiceren met en sturen van de menigte).

Vervolgens wordt per middel een korte beschrijving gegeven.

Tabel 12

Doel(en) innovatieve middelen

Middel	Doel(en)	Methode
CrowdScan	Ondersteunende informatie	Druktemeting op basis van publieksdichtheid.
Dashboards en platformen	Informatiedeling	Bijeenbrengen van beschikbare data voor betrokkenen.
Digital twins	Ondersteunende informatie	Digitale weergave van de fysieke wereld voor meer inzicht.
LiveCrowd	Communicatiemiddel	Live communiceren met bezoekers via sociale media.
Medewerkers app	Informatiedeling	Delen van relevante informatie voor medewerkers via een app.
Neuro linguïstisch programmeren	Communicatiemiddel	Beïnvloeding door inspelen op behoefte bezoekers.
Populariteitsindex artiesten	Ondersteunende informatie	Inschatten drukte op basis van populariteit artiesten.
QR-banners	Communicatiemiddel	Mogelijkheid voor bezoekers om direct te communiceren met de organisatie.

Resono data	Ondersteunende informatie	Druktemeting op basis van telecomgegevens.
SOS-knop mobile app	Communicatiemiddel	Mogelijkheid voor bezoekers om direct te communiceren met de organisatie.

4.7.1 Crowdsfan

Door verschillende respondenten wordt Crowdsfan genoemd als nieuwe, privacy vriendelijke, manier om 'real-time' drukte te meten. Crowdsfan biedt de mogelijkheid om drukte te meten middels sensoren en radiofrequenties. Zowel de dichtheid als het exacte aantal bezoekers kan met deze techniek worden bepaald (Crowdsfan, 2023).

4.7.2 Dashboards en platformen

Door verschillende respondenten worden dashboards of platformen genoemd als innovatie. Op deze dashboards wordt informatie gedeeld tussen de evenementenorganisatie, gemeente, hulpdiensten en andere betrokken organisaties. Er wordt bijvoorbeeld data over drukte en bezoekersaantallen gedeeld, drukte op toegangswegen en de weersvoorspelling maar ook handelingskaders in geval van calamiteiten worden gedeeld. Bij verschillende organisaties van de respondenten worden eigen (zelf ontwikkelde) dashboards of platformen gebruikt. Safesight is een platform wat door meerdere respondenten wordt genoemd. Safesight is een platform om op een praktische manier veilig en efficiënt samen te werken. Het platform omvat onder andere een logboek, een taakmodule, safety cards, interactieve formulieren en diverse dashboard die real-time inzicht geven in operationele gegevens (Safesight, z.d.).

4.7.3 Digital twins

Er lopen in het land diverse projecten met zogenoemde digital twins. Dit is een 3D-model van bijvoorbeeld een stad. De fysieke wereld wordt vertaald in een 3D-evenemententerrein. Een organisator kan een evenement inrichten in een driedimensionale interactieve kaart van de fysieke omgeving, passend in de regels voor de vergunningaanvraag. Gemeente en hulpdiensten kunnen de aanvraag vervolgens goed en efficiënt toetsen. Een voorbeeld van een stad waar dit gebeurt is Nijmegen, in het Fieldlab Grootchalige Evenementen Nijmegen (Innovation Origins, 2022). Een volgende stap die gemaakt gaat worden, is het simuleren en monitoren van bezoekersstromen en drukte voor en tijdens het evenement, zodat betere crowd management en handhaving mogelijk worden.

4.7.4 LiveCrowd

Bij venue 1 en evenement 2 wordt LiveCrowd ingezet. Het gebruik van LiveCrowd is bedoeld om te communiceren met bezoekers via uiteenlopende sociale media-platforms. Door een samenwerking met Facebook, Twitter, WhatsApp en Instagram kan LiveCrowd via die media direct met bezoekers communiceren namens een evenementenorganisator. Bijvoorbeeld door informatie te geven over parkeren of aangepaste routes maar ook als er problemen zijn op de locatie zelf (LiveCrowd, 2023).

4.7.5 Medewerkers app

Venue 1 en evenement 2 maken gebruik van een app voor medewerkers. In de app staat algemene informatie voor de medewerkers over de venue of het evenement en specifieke informatie per functie of post/ locatie. Daarnaast kunnen medewerkers meldingen doorgeven aan het veiligheidsteam c.q. de lokale meldkamer. Andersom kan het veiligheidsteam specifieke informatie en een handelingskader aan medewerkers doorgeven in geval van bijvoorbeeld een calamiteit.

4.7.6 Neuro linguïstisch programmeren

Respondent 6 noemt het op basis van neuro linguïstisch programmeren beïnvloeden van bezoekers middels led-schermen. De organisatie MediaCows experimenteert hiermee. Het idee hierachter is dat je de bezoeker keuzes geeft, dat je met de bezoeker communiceert in het 'ego' wat hij op dat moment gebruikt (tijdens een evenement vaak het 'kind-ego') en gebruikt 'systeem 1 denken' (focus op dingen die de bezoeker nodig heeft zoals een biertje, focus op wat anderen deden die dezelfde keuze kregen, en focus op wat de expert zou zeggen).

4.7.7 Populariteitsindex artiesten

Bij evenement 1 wordt gebruik gemaakt van een populariteitsindex van de line-up van artiesten op basis van Spotify, sociale media en de app van het evenement. Hiermee kan vooraf een inschatting gemaakt worden waar drukte wordt verwacht en extra sturing van bezoekers nodig kan zijn. Een volgende stap waarnaar gekeken wordt, is hoe bezoekers middels algoritmes via de evenementenapp gestuurd kunnen worden om een andere locatie te bezoeken.

4.7.8 QR-banners

Evenement 2 heeft op verschillende plekken QR-codes geplaatst waarmee bezoekers direct in contact kunnen komen met de meldkamer van het evenement. Hiermee kan de organisatie communiceren met haar bezoekers, in twee richtingen.

4.7.9 Resono data

Bij evenement 1 wordt dit jaar een proef gedraaid om drukte te meten met Resono. Resono meet drukte op basis van het aantal smartphones via specifieke apps. Resono ontvangt van uiteenlopende apps locatiegegevens, wanneer daar uitdrukkelijk toestemming voor is gegeven door de app gebruiker. De locatiegegevens betreffen een coördinaat en een moment in tijd. Het is mogelijk om locaties van enkele vierkante meters oppervlakte te meten, tot grote oppervlaktes zoals stadsdelen (Resono, 2023).

4.7.10 SOS-knop mobile app

Evenement 2 heeft een SOS-knop toegevoegd in de mobile app. Wanneer mensen daarop klikken, opent er een gesprek met de meldkamer van het evenement. Ook geeft de bezoeker daarmee akkoord op het delen van zijn of haar locatie. Afhankelijk van de situatie stuurt de meldkamer meteen beveiligers of andere hulp af op deze persoon. En indien nodig worden de hulpdiensten gealarmeerd.

5. Conclusies

5.1 Inleiding

Alhoewel zich in Nederland geen grote crowd disasters hebben voorgedaan, is het denkbaar dat hier ook een keer misgaat. Dit onderzoek richt zich op het sturen van mensen in een menigte tijdens grootschalige en risicovolle evenementen tijdens de warme fase. Het heeft als doel om evenementenorganisatoren, vergunningverleners en politie inzicht te geven in hoe een menigte met communicatie kan worden gestuurd. In dit hoofdstuk wordt de conclusie van dit onderzoek beschreven en wordt er antwoord gegeven op de centrale onderzoeksvraag:

Hoe kunnen mensen in een menigte bij evenementen worden gestuurd met communicatiemiddelen om een crowd disaster te voorkomen of de impact tot een minimum te beperken?

Er wordt gekeken hoe de praktijk zich verhoudt tot de theorie door een koppeling te maken tussen de uitkomsten van de documentenstudie, interviews en deskresearch en het theoretisch kader. Voor de beantwoording van de centrale onderzoeksvraag zijn eerst de deelvragen beantwoord. Alhoewel de preventieve fase is uitgesloten, komen wel zaken naar voren die voorafgaand aan een evenement worden voorbereid als preparatie op de warme fase.

5.2 Beantwoording en conclusies deelvragen

5.2.1 *Beïnvloeding gedrag van mensen in menigten in crisissituaties*

Hoe mensen zich in een menigte in crisissituaties gedragen, is afhankelijk van factoren als het type crisis, de sociale interactie en groepsdynamiek en de sociale context. Mensen zijn over het algemeen zelfredzaam in een crisissituatie (Spithoven et al., 2022) en helpen waar mogelijk ook anderen (Ruitenbergh & Helsloot, 2004). Er zijn drie fundamentele processen als het gaat om gedrag in menigte: het sociale identiteitsproces, groepsnormen en de relatie met andere groepen (Drury, 2023). Mensen met een gedeelde sociale identiteit vertrouwen elkaar eerder, ze helpen en ondersteunen anderen in de menigte en coördineren hun acties (Haslam et al., 2018). Volgens Drury zijn er vijf principes van belang bij het beïnvloeden van de sociale identiteit van de menigte middels communicatie: de menigte informeren (over wat er aan de hand is en wat er van hen wordt verwacht), uitleg te geven (waarom de ene uitgang is afgesloten en een andere moet worden gebruikt), betrokkenheid te tonen (oogcontact maken, luisteren, vriendelijk gedrag laten zien), in te leven (laten zien dat het je wat doet, inspelen op wat de menigte nodig heeft, de expert zijn) en respect te tonen (Persoonlijke communicatie, 14 september 2023).

Er bestaan verschillende beïnvloedingsmodellen die zijn gericht op het begrijpen en voorspellen van hoe mensen omgaan met dreigingen en risico's. Ze laten zien onder welke voorwaarden mensen in actie komen. Uit de Protectie Motivatie Theorie (PMT) (Floyd et al., 2000), Extended Parallel Process Model (EPPM) (Witte, 1992; Witte & Allen, 2000) en het Protective Action Decision Model (PADM) (Lindell & Perry, 2012) komen kernfactoren naar voren (dreigingsperceptie, respons-effectiviteit, self-efficacy, coping-effectiviteit en stakeholdersperceptie) die bepalen of een communicatieboodschap effectief is en leidt tot vervolgactie zijn. Er dient met deze kernfactoren rekening gehouden te worden bij crisiscommunicatie.

Crisiscommunicatie bestaat uit het leveren van feitelijke informatie, het geven van een concrete instructie en het duiden van de crisis. Volgens communicatietheorieën zijn verschillende factoren van belang voor effectieve crisiscommunicatie. Zo moeten binnen de communicatiestrategie inhoud en boodschap, medium en communicatiekanalen zijn toegespitst op de crisissituatie, doel van de communicatie, doelgroep en de setting (Carter et al., 2020). De communicatieboodschap moet helder en duidelijk zijn en een uitvoerbaar handelingskader bevatten en er moet eenduidig worden gecommuniceerd (De Vries et al., 2013). Er moet verder worden gecommuniceerd door betrouwbare bronnen (Regtvoort &

Siepel, 2014). Om ervoor te zorgen dat alle bezoekers worden bereikt, dienen verschillende communicatiemiddelen ingezet te worden (De Vries et al., 2013).

5.2.2 Communicatie met bezoekers bij vaste venues

Bij de onderzochte venues wordt vooraf nagedacht over hoe er het beste met bezoekers kan worden gecommuniceerd. Hier is een marketing- of communicatieafdeling bij betrokken. In de normale situatie ligt de nadruk op gastvrijheid en mensen zelf hun weg laten vinden. Bij een (dreigende) crisissituatie wordt er dwingender gestuurd. Afspraken hierover liggen vast. De in te zetten communicatiemiddelen en boodschappen worden afhankelijk van de situatie bepaald door een veiligheidsteam.

De venues gebruiken een mix van verschillende communicatiemiddelen om hun bezoekers te sturen. Dit is positief want het inzetten van verschillende kanalen zorgt ervoor dat alle bezoekers kunnen worden bereikt (De Vries et al., 2013). Er is bij de venues vaste bewegwijzering, noodverlichting, vluchtrouteaanduiding en een omroepinstallatie (plus megafoons in het geval de omroepinstallatie niet werkt). Afhankelijk van het type venues en de lokale situatie worden tv-screens, led-schermen en tekstkarren ingezet voor communicatiedoeleinden. Er wordt gecommuniceerd via de beveiliging en andere medewerkers, pers en verkeersposten. Stagemanagers letten bij het podium op non-verbaalgedrag van de bezoekers. Op sociale media, de website en via een mobile app kan informatie worden gevonden over het bezoek aan de venue. Sociale media worden gemonitord, al dan niet met live communicatie met bezoekers middels een platform.

De ervaring van de organisatoren met de inzet van deze communicatiemiddelen is overwegend positief. Wanneer iets niet werkt, wordt dit aangepast. Medewerkers worden als belangrijkste communicatiemiddel gezien. Dit is een belangrijk gegeven. Een vriendelijk praatje van medewerkers, beveiligers of politieagenten heeft een positief effect op het gedrag van het publiek (Reicher et al., 2004; De Vries et al., 2013) en op de stakeholdersperceptie. Wat in een (dreigende) crisissituatie weer effect heeft op de respons-effectiviteit. Wanneer medewerkers deel uitmaken van de gemeenschappelijke groep, kan de menigte beter worden beïnvloed (Drury et al., 2019; Carter et al., 2020). De vaste looproutes met bijbehorende aanduidingen worden ook als positief ervaren. Het is voor bezoekers daardoor in principe duidelijk waar ze heen moeten.

Er wordt geen communicatie ingezet om de gedeelde sociale identiteit te vergroten. Dit zou een positief effect kunnen hebben op de respons-effectiviteit, self-efficacy en de coping-effectiviteit van mensen in de menigte. Bij een van de venues is er sprake van een heterogene menigte wat het vergroten van een gedeelde sociale identiteit lastiger maakt maar ook extra

waardevol omdat het bij kan dragen aan zelfregulering van de menigte (Drury et al., 2009; Drury, 2018; Haslam et al., 2018).

5.2.3 Communicatie met bezoekers bij grootschalige en risicovolle evenementen

Bij alle onderzochte grootschalige en risicovolle evenementen wordt vooraf, in samenspraak met communicatieadviseurs, nagedacht over hoe bezoekers met communicatiemiddelen kunnen worden gestuurd, zoals dit ook door De Vries en zijn collega's wordt geadviseerd (De Vries et al., 2013). Er wordt afgesproken wie wanneer verantwoordelijk is voor de communicatie en wie hierbij worden betrokken. Een deel van de communicatieboodschappen is voorbereid. Bij een (dreigende) crisissituatie wordt met interne en externe betrokkenen, zoals gemeente en hulpdiensten, afgestemd.

Bij evenement 1 is de insteek dat publiek zoveel mogelijk wordt geïnformeerd. Redenering is dat des te meer er wordt geïnformeerd, des te minder ingrijpen nodig is en daarnaast gaat de organisatie ervan uit dat geïnformeerd publiek zich zekerder voelt, waardoor de kans op paniek wordt verminderd. Dit sluit aan bij de theorieën van Ruitenbergh en Helsloot (2004) en van Drury en Reicher (2020) en heeft effect op de dreigingsperceptie, self-efficacy en coping-effectiviteit van de bezoekers (Kievik & Gutteling, 2011). Daarnaast toont de organisatie zich door het publiek te informeren als betrouwbaar, wat effect heeft op de respons-effectiviteit en stakeholdersperceptie (Regvoort & Siepel, 2014). Bij evenement 2 wordt specifiek benoemd dat er vooraf een communicatiestrategie wordt bepaald. Alle communicatie-uitingen worden op het evenement en de doelgroep aangepast, wat aansluit bij het onderzoek van De Vries en zijn collega's (De Vries et al., 2013). Ook bij evenement 3 wordt aangegeven dat de teksten goed worden afgestemd op de doelgroep. De bejegening van het publiek door autoriteiten wordt door dit evenement ook als belangrijk ervaren, zowel verbaal als non-verbaal. Hierdoor is volgens Carter het publiek beter te sturen (Carter et al., 2020). In geval van een calamiteit moet de informatievoorziening snel en betrouwbaar zijn en een uitvoerbaar en nuttig handelingsperspectief bevatten aldus een respondent van evenement 3. Ook het zichtbaar faciliteren van de doelstellingen van het publiek maakt dat de mensen in de menigte beter te beïnvloeden zijn (Drury et al., 2019). Verder draagt dit bij aan de self-efficacy en coping-effectiviteit van het publiek (Kievik & Gutteling, 2011).

Het inzetten van geschikte communicatiemiddelen om met bezoekers te communiceren, helpt bij het sturen van de bezoekers bij een (dreigende) crisissituatie (Helbing & Mukerji, 2012). Er worden veel verschillende communicatiemiddelen ingezet bij de onderzochte grootschalige en risicovolle evenementen. Zoals ook benoemd in paragraaf 5.2.2 over de inzet van verschillende middelen bij venues, is dit positief. Het inzetten van verschillende kanalen zorgt

ervoor dat alle bezoekers kunnen worden bereikt (De Vries et al., 2013). Bij alle evenementen worden bewegwijzering, communicatie via openbaarvervoersdiensten, perscontacten, Rode Kruis-/ EHBO-posten en verkeersposten, led-schermen, omroepinstallaties, sociale media, tekstkarren, vluchtroutes en websites ingezet. Verschillende evenementen zetten een mobile app in tijdens het evenement om bezoekers te informeren. Via de app kan ook een pushbericht worden verstuurd in geval van een calamiteit. Bij een van de evenementen wordt live via sociale media met bezoekers gecommuniceerd via een platform.

De ervaring van de respondenten met de ingezette communicatiemiddelen is in basis positief, al worden enkele aandachtspunten genoemd over het gebruik van led-schermen en sociale media. Led-schermen werken in basis goed maar vooral preventief. De boodschap 'te druk' lijkt sommige mensen juist in richting van de drukke locatie te trekken omdat het daar blijkbaar gezellig is. Sociale media hebben een groot bereik maar het is de vraag of daarmee de bezoekers van het evenement worden bereikt. De inzet van beveiliging en personeel voor communicatiedoeleinden wordt als meest effectief ervaren. Dit is belangrijk (zie opmerking hierover in paragraaf 5.2.2). Bij evenement 1 wordt (beveiligings)personeel niet ingezet voor communicatiedoeleinden. De organisatie beseft zich, terecht, dat dit een gemiste kans is. De pushberichten via de mobile app werken erg goed. Gebruikers moeten wel aan hebben gegeven berichten te willen ontvangen. De communicatiestrategie en -middelen worden na elk evenement geëvalueerd en aangepast indien nodig.

Er wordt niet gesproken over het inzetten van communicatie om de gedeelde sociale identiteit van bezoekers te vergroten. Voor evenementen geldt hetzelfde als wat hierover in paragraaf 5.2.2. bij venues wordt aangegeven.

5.2.4 Overeenkomsten en verschillen communicatie vaste venues en evenementen

Er zijn vooral overeenkomsten en weinig verschillen tussen de manier waarop vaste venues en grootschalige en risicovolle evenementen hun bezoekers door middel van communicatiemiddelen sturen. Bij zowel de venues als alle evenementen wordt nagedacht over de communicatiestrategie en inhoud en boodschap van communicatieberichten. De communicatiemiddelen die worden ingezet bij de onderzochte venues, worden voor een groot deel ook ingezet bij een of meer van de onderzochte evenementen. Personeel wordt door beide venues en drie van de evenementen voor communicatiedoeleinden ingezet. Het belang hiervan wordt het meest genoemd door de respondenten. Hierbij wordt wel aangegeven dat goede training en instructie van het personeel essentieel is. De ervaring met de inzet van de verschillende communicatiemiddelen is in basis bij alle respondenten positief. Het belang van periodiek evalueren en bijstellen indien nodig, wordt door zowel de respondenten van de

venues als van de evenementen erkend. Belangrijkste verschil zijn de vaste looproutes bij de venues. De evenementen hebben een tijdelijk karakter waardoor er geen sprake is van vaste routes. Ander verschil wat betreft de ervaring met de communicatiemiddelen is dat er bij de evenementen twijfel is over de werking van de led-schermen wanneer het te druk is bij open evenementen en inzet van sociale media tijdens een calamiteit om met het publiek te communiceren.

5.2.5 Innovatieve ontwikkelingen

Er zijn verschillende innovatieve ontwikkelingen die bij kunnen dragen aan het sturen van bezoekers van evenementen en andere vrijetijdsactiviteiten. Deze innovaties worden al op kleine schaal ingezet en op deze wijze getest en geoptimaliseerd. De middelen dienen verschillende doelen. Zo zijn er zijn middelen die de organisatie, gemeente en hulpdiensten ondersteunende informatie geven op basis waarvan beslissingen kunnen worden genomen. Door de respondenten worden CrowdScan, digital twins, populariteitsindexen van artiesten en Resono data als voorbeelden genoemd. Ook zijn er middelen waarmee betrokken organisaties en hulpdiensten informatie met elkaar delen (bijvoorbeeld het druktebeeld, genomen acties en handelingskaders). Voorbeelden hiervan zijn dashboards en platformen zoals Safesight en medewerkers apps. Verder zijn er 'nieuwe' communicatiemiddelen of -methoden in ontwikkeling, gericht op communiceren met de menigte. Het gaat hierbij om LiveCrowd, neuro linguïstisch programmeren, QR-banners en een SOS-knop in de mobile app van het evenement.

5.3 Beantwoording onderzoeksvraag

Wanneer de aandachtspunten uit beide thema's van het theoretisch kader worden gespiegeld aan de resultaten van de documentenstudie, interviews en deskresearch kan worden geconcludeerd dat er verschillende aandachtspunten zijn als het gaat om het sturen van mensen in een menigte bij evenementen met communicatiemiddelen om een crowd disaster te voorkomen of de impact tot een minimum te beperken.

Als het gaat om gedrag in menigte zijn er drie relevante processen: het sociale identiteitsproces, groepsnormen en de relatie met andere groepen (Drury, 2023). Het is van belang om inzicht te krijgen in de sociale identiteit van het publiek en te begrijpen hoe deze kan worden beïnvloed (Haslam et al., 2018; Drury & Reicher, 2020). Het versterken van de gedeelde sociale identiteit van de menigte draagt bij aan zelfregulatie (Drury et al., 2009; Drury, 2018; Haslam et al., 2018). De sociale identiteit van een menigte kan beïnvloed worden door de menigte te informeren, uitleg te geven, betrokkenheid te tonen, in te leven en respect te tonen (Persoonlijke communicatie, 14 september 2023).

Evenementenorganisatoren, gemeenten en politie dienen maatregelen voor te bereiden c.q. een communicatiestrategie te ontwikkelen waarbij rekening wordt gehouden met de kernfactoren op basis waarvan mensen beslissingen nemen tijdens een crisis, te weten dreigingsperceptie, respons-effectiviteit, self-efficacy, coping-effectiviteit en stakeholders-perceptie. Deze percepties bepalen of een communicatie-boodschap effectief is en leidt tot een vervolgactie (Witte & Allen, 2000). Om de kernfactoren te beïnvloeden moeten mensen in de menigte feitelijke informatie krijgen over de crisis en wat ze moeten doen om hun situatie te verbeteren (Drury & Reicher, 2020). Deze boodschap moet van een betrouwbare bron komen (Regtvoort & Siepel, 2014), gericht zijn op de ontvanger (Carter et al., 2020), helder en duidelijk zijn en een uitvoerbaar handelingskader bevatten. Er dient een mix van communicatiemiddelen ingezet te worden zodat alle mensen in de menigte worden bereikt. Ten slotte moet er sprake zijn van eenduidige communicatie (De Vries et al., 2013). Het inzetten van personeel om met mensen in de menigte van een evenement te communiceren, is hier een goede methode voor. Training en instructie van personeel is daarbij essentieel. Naast de inzet van personeel als communicatiemiddel kan worden gedacht aan communicatie via perscontacten, openbaarvervoersdiensten, Rode Kruis-/ EHBO- en verkeersposten, led-schermen, megafoons, omroepinstallaties, push-berichten via mobile apps en websites en sociale media.

Ook zijn er verschillende innovatie ontwikkelingen op het gebied van ondersteunende informatie, informatie delen en nieuwe communicatiemiddelen en -methoden die bij kunnen dragen aan het sturen van mensen in de menigte op een evenement.

6. Discussie

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten ter discussie gesteld. Er wordt ingegaan op wat de beperkingen zijn geweest op het onderzoeksproces en de toepasbaarheid van het onderzoek. Ook wordt aangegeven welk aanvullend- c.q. vervolgonderzoek zou kunnen worden gedaan. Tenslotte worden enkele praktische aanbevelingen gedaan.

6.2 Discussie

6.2.1 Validiteit

De interne validiteit werd bevorderd doordat gebruik is gemaakt van een combinatie van diverse databronnen: wetenschappelijke literatuur, interviews en aanvullende deskresearch. Tevens zijn de eerste bevindingen op basis van de documentenstudie besproken, getoetst en

verder verdiept in de interviews. De externe validiteit van het onderzoek is niet geheel gewaarborgd. Alhoewel in het theoretisch onderzoek ook buitenlandse literatuur is meegenomen, is de rest van de dataverzameling gericht op Nederlandse evenementen. De resultaten uit dit onderzoek zijn daardoor niet generaliseerbaar voor alle grootschalige en risicovolle evenementen wereldwijd.

Voor dit onderzoek is literatuuronderzoek gedaan en zijn dertien interviews afgenomen met in totaal 15 respondenten. Elf interviews betreffende vier grootschalige en risicovolle evenementen en twee interviews bij vaste venues. De onderzoeksresultaten zijn gebaseerd op documenten en zienswijzen van de respondenten, allen in het veiligheidsdomein, die antwoord gaven op basis van hun eigen ervaring. Het was hoogseizoen evenementen, dit heeft geen negatieve invloed gehad op de resultaten. De respondenten hebben tijd uitgetrokken voor het interview. Voordeel was dat het onderwerp actueel was en alle respondenten goed in de materie zaten. De dataverzameling wat betreft de venues is mogelijk onvoldoende om een volledig en representatief beeld te geven van de hele vrijetijdsbranche. Het zou kunnen dat er nog andere informatie opgehaald zou zijn, wanneer er meer venues waren onderzocht. Wat betreft de grootschalige en risicovolle evenementen is het beeld wat uit dit onderzoek komt representatief voor de Nederlandse sector. Dit omdat van vier grote, terugkerende evenementen de coördinatoren veiligheid van de evenementen-organisator, ambtenaren openbare orde en veiligheid van de betreffende gemeenten en operationeel leidinggevenden ten tijde van het evenement van de politie zijn bevroegd. Generaliseren van de conclusies is daardoor voor grootschalige en risicovolle evenementen in Nederland mogelijk.

6.2.2 Betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid van het onderzoek is vergroot door het zichtbaar, zorgvuldig en gestructureerd documenteren van de informatiebronnen. Daarnaast zijn alle interviews uitgevoerd door één onderzoeker. Deze onderzoeker werkt zelf in het vakgebied. Voordeel van deze betrokkenheid is dat de onderzoeker als 'insider' gemakkelijker toegang had tot de onderzoekspopulatie. Daarnaast beschikte de onderzoeker over relevante (voor)kennis die doorvragen beter mogelijk maakte. Een nadeel is echter dat de objectiviteit in het geding kan zijn gekomen wat invloed zou kunnen hebben op de betrouwbaarheid en generaliseerbaarheid van de uitkomsten. De onderzoeker was zich hier vooraf van bewust en heeft het onderzoek zodanig uitgevoerd dat de betrokkenheid zo min mogelijk effect heeft gehad. De uitkomsten van het onderzoek zijn alleen gebaseerd op wat uit de genoemde onderzoeksmethoden (literatuuronderzoek, documentenstudie, interviews en deskresearch) naar voren is gekomen. In principe is geen eigen kennis ingebracht maar wellicht was de vraagstelling op sommige

momenten tijdens de interviews suggestief. Wat betreft eventuele herhaalbaarheid van het onderzoek dient dit in het achterhoofd meegenomen te worden.

6.2.3 Bijdrage onderzoek

Op wetenschappelijk gebied draagt dit onderzoek bij aan het vergroten van kennis over het sturen van mensen in een menigte met communicatiemiddelen tijdens grootschalige en risicovolle evenementen. Het geeft inzicht in hoe mensen in een menigte op een evenement tijdens een (dreigende) crisissituatie reageren, op basis waarvan deze mensen beslissingen nemen en hoe het gedrag kan worden beïnvloed. Op maatschappelijke gebied draagt dit onderzoek bij aan het vergroten van de veiligheid van bezoekers van evenementen en het verminderen van het risico op crowd disasters. De praktische resultaten van het onderzoek helpen organisatoren van grootschalige en risicovolle evenementen, gemeenten en politie om effectiever te communiceren met mensen in menigten. Het onderzoek draagt bij aan inzichten die leiden tot praktische communicatiemiddelen om mensen in de menigte bij evenementen te sturen. Het geeft ook organisatoren van kleinere evenementen inzicht in betere communicatiestrategieën. De praktische communicatiemiddelen zullen mogelijk voor deze kleinere partijen qua middelen en menskracht niet altijd haalbaar zijn. Ook dient te worden benoemd dat er sinds Covid in de evenementenbranche een tekort is aan personeel. Zowel beveiligers als ondersteunend personeel zijn lastig te vinden. Als er al voldoende personeel gevonden wordt, wisselt dit personeel sterk. Een van de belangrijkste uitkomsten van het onderzoek is het belang van personeel als communicatiemiddel met daarbij als essentieel aandachtspunt training en instructie. Effectieve inzet, training en instructie zijn lastig te realiseren wanneer er te weinig en/ of sterk wisselend personeel is. De aanname dat grootschalige en risicovolle evenementen kunnen leren van de aanpak van vaste venues, was niet correct. De uitkomsten van het onderzoek bij de venues verschilden niet of nauwelijks van de uitkomsten van het onderzoek bij de evenementen.

6.2.4 Aanvullend-/ vervolgonderzoek

De onderzoeksresultaten zijn gebaseerd op zienswijzen van de respondenten in het veiligheidsdomein. Alhoewel het onderzoek zich richt op communicatiemiddelen zijn er geen communicatiemedewerkers van de genoemde organisaties bevroegd. Aanvullend onderzoek zou zich kunnen richten op deze doelgroep. De ervaringen van bezoekers met communicatiemiddelen bij grootschalige en risicovolle evenementen zouden daarnaast in een vervolgonderzoek kunnen worden onderzocht. Ook zou verder kunnen worden onderzocht hoe de gedeelde sociale identiteit met communicatie kan worden bevorderd. Dit is iets waar onder andere prof. John Drury met zijn team al mee bezig is. Tot slot zou onderzoek kunnen worden

gedaan naar de rol van (het ontbreken van) communicatiemiddelen bij (buitenlandse) crowd crushes tijdens evenementen.

6.3 Aanbevelingen

Op basis van dit onderzoek worden de volgende praktische aanbevelingen gedaan aan evenementenorganisatoren, vergunningverleners van gemeenten en politie:

1. In de planvorming moet aandacht worden geschonken aan een communicatiestrategie waarbij rekening wordt gehouden met de kernfactoren op basis waarvan mensen beslissingen nemen tijdens een crisis, te weten dreigings- of risicoperceptie, respons-effectiviteit, self-efficacy, coping-effectiviteit en stakeholders-perceptie.
2. Zet communicatie in om de gedeelde sociale identiteit van de bezoekers te vergroten door ze te informeren, uitleg te geven, betrokkenheid te tonen, in te leven en respect te tonen.
3. Zet personeel in als communicatiemiddel door ze te trainen hoe ze met bezoekers kunnen communiceren op basis van bovenstaande aandachtspunten. Zorg er daarnaast voor dat personeel geïnformeerd blijft bij (dreigende) crisissituaties en wordt voorzien van handelingskaders.

Bronnenlijst

- Aarts, N., Steuten, C., & Van Woekum, C. (2014). *Strategische communicatie: Principes en toepassingen*. Van Gorkum.
- AD. (2022, 19 december). *Chaos en verdrukking rond concertzaal Londen, twee vrouwen (23 en 33) overleden*. Geraadpleegd op 4 juli 2023, van <https://www.ad.nl/buitenland/chaos-en-verdrukking-rond-concertzaal-londen-twee-vrouwen-23-en-33-overleden~a0d1bf7b/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Adang, O., Engbers, F., Oorscot, W., & Wieman-Hesterman, A. (2018). *Evenementen, goede werkwijzen, uitdagingen en trends*. Politieacademie.
- Adang, O., van Arkel, D., Esmann, C., Vos, H., van Oorscot, W., Stronks, S., & Vos, H. (2014). *Politie en evenementen. Feiten, ervaringen en goede werkwijzen*. Politieacademie.
- Alblas, G., & Vos, W. (2022). *Inleiding groepsdynamica*. Noordhoff.
- Allport, F. H. (1924). *Social psychology*. Houghton Mifflin Co.
- BrabantNieuws.nl. (2023, 8 april). *Te veel bezoekers bij immens populaire Frans Bauer op Paaspop*. Geraadpleegd op 4 juli 2023, van <https://brabant.nieuws.nl/2023/04/08/te-veel-bezoekers-bij-immens-populaire-frans-bauer-op-paaspop/>
- Brabants Dagblad. (2023, 19 februari). *Meer dan 70.000 carnavallers in Oeteldonk, gemeente sluit straten af: 'Kom niet naar de binnenstad!'*. Geraadpleegd op 4 juli 2023, van <https://www.bd.nl/den-bosch/meer-dan-70-000-carnavallers-in-oeteldonk-gemeente-sluit-straten-af-kom-niet-naar-de-binnenstad~a1e5e5d6/>
- Berlonghi, A. E. (1995). Understanding and planning for different spectator crowds. *Safety Science*, 18(4), 239–247. [https://doi.org/10.1016/0925-7535\(94\)00033-y](https://doi.org/10.1016/0925-7535(94)00033-y)
- Bruinooge, P., Bitter, R., Helsloot, I., Langelaar, J. & Stierhout, J. (2012). *Bevolkingszorg op orde – De vrijblijvendheid voorbij*. Veiligheidsberaad.
- Canetti, E. (1960). *Masse und Macht*. Claassen.
- Carter, H., Drury, J., & Amlôt, R. (2020). Social identity and intergroup relationships in the management of crowds during mass emergencies and disasters: Recommendations

- for emergency planners and responders. *Policing: A Journal of Policy and Practice*. 14(4), 931–944. doi:10.1093/police/pay013
- Challenger, R., Clegg, C.W., Robinson, M.A., & Leigh, M. (2010). *Understanding crowd behaviours, volume 1 - practical guidance and lessons identified*. Cabinet Office.
- Crowdscan. (2023). *How does it work*. Geraadpleegd op 30 augustus 2023, van <https://www.crowdscan.be/>
- De Gelderlander. (2022, 16 juli). *Flemming en Antoon, de hitzangers van nu, bezorgen Plein 44 megadrukke: 'Zó druk, waarom ga ik hier eigenlijk heen?'*. Geraadpleegd op 4 juli 2023, van <https://www.gelderlander.nl/nijmegen/flemming-en-antoon-de-hitzangers-van-nu-bezorgen-plein-44-megadrukke-zo-druk-waarom-ga-ik-hier-eigenlijk-heen~a6268856/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- De Vries, P.W., Galetzka, M., & Gutteling, J.M. (2013). *Inzet Communicatie bij Crowd Management en Crowd Control*. WODC.
- Drury, J. (2023). *Three fundamental processes of crowd behaviour*. <https://docs.google.com/document/d/1BAAPSsCnqxSOjnt3smFEL6kAZqCnnKcq5bntUCpd5A/edit>
- Drury, J., Arias, S., Au-Yeung, T., Barr, D., Bell, L., Butler, T., Carter, H., Choudhury, S., Eriksson, J., Neville, F., Philpot, R., Radburn, M., Reicher, S., Ronchi, E., Stott, C., Telga, M., & Templeton, A. (2023). *Public behaviour in response to perceived hostile threats: An evidence base and guide for practitioners and policymakers*. University of Sussex. <https://dx.doi.org/10.20919/VJVT7448>
- Drury, J., & Reicher, S. (2020). Crowds and collective behaviour. *Oxford research encyclopedia of psychology*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190236557.013.304>
- Drury, J., Carter, H., Cocking, C., Ntontis, E., Tekin Guven, S., & Amlôt, R. (2019). Facilitating collective psychosocial resilience in the public in emergencies: Twelve recommendations based on the social identity approach. *Frontiers in Public Health*, 7, 141. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2019.00141>
- Drury, J. (2018). The role of social identity processes in mass emergency behaviour: An integrative review. *European Review of Social Psychology*, 29(1), 38-81.

- Drury, J., & Reicher, S. (2009). Collective Psychological Empowerment as a Model of Social Change: Researching Crowds and Power. *Journal of Social Issues*, 65, 707 - 725. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2009.01622.x>
- Drury, J., Cocking, C., & Reicher, S. (2009). Everyone for themselves? A comparative study of crowd solidarity among emergency survivors. *British Journal of Social Psychology*, 48, 487-506. <https://doi.org/10.1348/014466608X357893>
- Feliciani, C., Corbetta, A., Haghani, M., & Nishinari, K. (2023). *Trends in Crowd Accidents Based on an Analysis of Press Reports*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4367162>.
- Fink, G. (2009). Stress: Definition and History. *Encyclopedia of Neuroscience*, volume 9, 549-555. <https://doi.org/10.1016/B978-008045046-9.00076-0>
- Floyd, D. L., Prentice-Dunn, S., & Rogers, R. W. (2000). A meta-analysis of research on protection motivation theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(2), 407-429.
- Freud, S. (1921). *Massenpsychologie und Ich-Analyse*. Internationaler Psychoanalytischer Verlag.
- Fruin, J. (1993). The causes and prevention of crowd disasters. *Engineering for Crowd Safety* (pp. 99-108). Elsevier.
- Fruin, J. T. (1971). Designing for pedestrians: a level-of-service concept. *Highway Research Record*, 355. <https://trid.trb.org/view.aspx?id=116491>
- Haslam, C., Jetten, J., Cruwys, T., Dingle, G., & Haslam, S. A. (2018). *The new psychology of health: Unlocking the social cure*. Routledge.
- Helbing, D., & Mukerji, P. (2012). *Crowd disasters as systemic failures: Analysis of the love parade disaster*. EPJ Data Science.
- Het Parool. (2022, 17 september). *Organisatie The Streamers neemt maatregelen na chaos in Olympisch Stadion*. Geraadpleegd op 8 oktober 2022, van <https://www.parool.nl/nederland/organisatie-the-streamers-neemt-maatregelen-na-chaos-in-olympisch-stadion~ba311310/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

- Kievik, M., & Gutteling, J.M. (2011). Yes, we can: motivate Dutch citizens to engage in self-protective behavior with regard to flood risks. *Nat Hazards* 59, 1475–1490.
<https://doi.org/10.1007/s11069-011-9845-1>
- Kouwenberg, R. (2013). *Wat beweegt ons? Een onderzoek naar het effect van publiek sturende middelen tijdens de Vierdaagsefeesten 2012 in Nijmegen* [Ongepubliceerde masterthesis]. NIPV/ Politieacademie.
- Leach, J. (2004). Why people 'freeze' in an emergency: temporal and cognitive constraints on survival responses. *Aviation, Space & Environmental Medicine*, 75, 539-542.
- Le Bon, G. (1895). *La psychologie des foules*. Alcan.
- Lindell, M. K., & Perry, R. W. (2012). The Protective Action Decision Model: Theoretical Modifications and Additional Evidence. *Risk Analysis*, 32(4), 616–632.
<https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2011.01647.x>
- LiveCrowd. (2023). *The next step in Customer Care*. Geraadpleegd op 30 augustus 2023, van <https://livecrowd.com/>
- McPhail, C. (1991). *The myth of the madding crowd*. Aldine de Gruyter.
- Meyer, U., & Coffey, W. R. (2015). *Above the Line: Lessons in Leadership and Life from a Championship Season*. Penguin Books.
- Model APV. (2022, juli). Geraadpleegd op 6 juli 2023, van <https://www.decentraleregelgeving.nl/doc/20014654/model-algemene-plaatselijke-verordening--gewijzigd-model--juli-2022->
- NOS. (2022a, 30 oktober). *Elf doden door chaos bij popconcert in Congolese hoofdstad Kinshasa*. Geraadpleegd op 4 juli 2023, van <https://nos.nl/artikel/2450422-elfdoden-door-chaos-bij-popconcert-in-congolese-hoofdstad-kinshasa>
- NOS. (2022b, 30 oktober). *Verdrukking, vertrapping en paniek: wat gebeurde er in Seoul?* Geraadpleegd op 4 juli 2023, van <https://nos.nl/artikel/2450415-verdrukking-vertrapping-en-paniek-wat-gebeurde-er-in-seoul>
- Parkplanet (2023, 23 mei). *Alle Nederlandse pretparken in de lift*. Geraadpleegd op 28 juli 2023, van <https://parkplanet.nl/2023/05/pretparken-attractieparken-nederland-bezoekers-cijfers-2022/>

- Perry, R. W. (1983). *Comprehensive emergency management: Evacuating threatened populations*. Topical report (No. PB-84-123223). Battelle Human Affairs Research Center.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Abraham, C. (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. Springer.
- Politieacademie. (2013, 7 mei). *Otto Adang: vier strategische principes crowdmanagement* [Video]. YouTube. https://youtu.be/m59z7qoy_Pc
- Regtvoort, F., & Siepel, J. (2014). *Risico- en crisiscommunicatie*. Coutinho.
- Reicher, S., Stott, C., Cronin, P., & Adang, O. (2004). *An integrated approach to crowd psychology and public order policing*. *Policing-an International Journal of Police Strategies & Management - POLICING*, 27, 558-572.
<https://doi.org/10.1108/13639510410566271>
- Resono. (2023). *Veelgestelde vragen over Resono producten, diensten en techniek*. Geraadpleegd op 30 augustus 2023, van <https://reso.no/veelgestelde-vragen/>
- Rogers, R. (1975). A Protection Motivation Theory of Fear Appeals and Attitude Change1. *The Journal of Psychology*, 91(1), 93–114.
<https://doi.org/10.1080/00223980.1975.9915803>
- Ruitenbergh, A. G. W., & Helsloot, I. (2004). *Zelfredzaamheid van burgers bij rampen en zware ongevallen*. COT Instituut voor Veiligheid- en Crisismanagement/Regionale Brandweer Amsterdam en omstreken
- Safesight. (z.d.).
<https://safesightsafety.com/nl/>
- Spithoven, R., Van der Land, M., Kleijer-Kool, L., Van Halderen, R. C., Vorenkamp, F., De Pauw, E., Wildenburg, J., & Nissen, B. (2022). *Basisboek integrale veiligheid* (4e editie). Boom criminologie.
- Stichting Evenementenhandboek (2019). *Nederlands Handboek Evenementenveiligheid 1.0: Een gemeenschappelijk denkkader omtrent veiligheid*.
<https://evenementenhandboek.nl/>
- Still, K.G. (2022). *Applied Crowd Science* (1ste editie). CRC Press.

Still, K.G. (2013). *Introduction to Crowd Science*. Taylor & Francis.

Still, K.G. (z.d.). *Crowd management information*. Geraadpleegd op 6 juli 2023, van http://www.jumpjet.info/Emergency-Preparedness/Disaster-Mitigation/Civil/DoD_Crowd_Management_Information.pdf

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict." W. G. Austin & S. Worchel (Eds.) *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-48). Brooks/Cole.

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Basil Blackwell.

Turner, R. H., & Killian, L. M. (1972). *Collective Behavior*. Prentice Hall.

Van Dale. (z.d.). *Van Dale*. <https://www.vandale.nl/>

Van de Sande, J.P. (2013). *11 manieren om naar massa's te kijken*. TSC Academy.

Van Duykeren, G. (2014). *Crowd management & evacueren*. TSC Academy.

Van Hijum, H. & Oberijé, N. (2018). *HEV 2018: procesmodel evenementenveiligheid*. Instituut Fysieke Veiligheid. Geraadpleegd op 21 januari 2023, van <https://nipv.nl/wp-content/uploads/2022/06/20180604-IFV-HEV-2018-procesmodel-evenementenveiligheid.pdf>.

Vereniging Nederlandse Poppodia en -festivals (VNPV) (2023). *Poppodia en -festivals in cijfers 2022*. <https://vnpf.nl/onderwerpen/poppodia-en-festivals-in-cijfers-pfic/>

Verhoeven, N. (2018). *Wat is onderzoek?* Boom Uitgevers.

Wet Veiligheidsregio's. (2007). Geraadpleegd van <https://wetten.overheid.nl/BWBR0027466/2023-01-01>

Wijkhuijs, V., & Van Duin, M. (2018). *Lessen uit crises en mini-crisis – Evenementen*. Boom bestuurskunde.

Wijtvliet, C. (2021, 27 mei). *Nieuwe inzichten in evacuatiegedrag, wat werkt wanneer?* Geraadpleegd op 6 juli 2023, van <https://www.eventsafetyinstitute.nl/blogs/nieuwe-inzichten-in-evacuatiegedrag-wat-werkt-wanneer/>

Witte, K., & Allen, M. (2000). A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education and Behavior*, 27(5), 591-615.

Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communications Monographs*, 59(4), 329-349.

Zimbardo, P. G. (1970). The human choice: Individuation, reason and order versus de-individuation, impulse and chaos. W. J. Arnold & D. Levine (Eds.), *Nebraska symposium on motivation 1969* (pp. 237-307). University of Nebraska.

Bijlagen

Bijlage 1 Vragenlijst documentenstudie en interviews

Organisatieprofiel

1. Voor welke organisatie werk je?
2. Hoe lang organiseert de organisatie al evenementen? (alleen bij evenementenorganisator)
3. Wat is je functie?
4. Wat is je ervaring op het gebied van evenementen?

Activiteitenprofiel

5. Wat is de naam van het evenement? (het specifieke evenement waar we het over gaan hebben)
6. Hoe is het evenement geclassificeerd? (A-, B- of C-evenement)
7. Hoe vaak is het evenement georganiseerd?
8. Wat voor soort evenement is het? (welke activiteiten zijn er tijdens het evenement)

Ruimtelijk profiel

9. Waar wordt het evenement georganiseerd?
10. Is er sprake van een open of gesloten evenemententerrein?

Publieksprofiel

11. Hoeveel bezoekers trekt het evenement ongeveer?
12. Hoe ziet het publieksprofiel eruit? (wat zijn de kenmerken)
13. Is het publiek zelfredzaam?
14. Is er sprake van een homogene of heterogene menigte?
15. Hoe gedraagt het publiek zich op het evenement (in normale setting)?
16. Wat is het doel van het publiek met het bezoeken van het evenement?
17. Hoe gedraagt het publiek zich naar elkaar? (groepsdynamiek)
18. In hoeverre zijn er in het verleden conflicten geweest tussen bezoekers op het evenement?
19. In hoeverre handelt het publiek rationeel? (waaruit blijkt dit)
20. In hoeverre volgt het publiek instructies op?

Publiekscommunicatie

21. Welke middelen hebben jullie om met het publiek te communiceren? (In brede zin, wellicht in de planvorming crowd management en -control maatregelen genoemd)
22. Wat is de strategie, inhoud van de boodschap per middel (inclusief toonzetting en stijl)
23. Wie is per middel verantwoordelijk?
24. Wanneer wordt (w)elk middel ingezet?
25. Wat is de ervaring met genoemde communicatiemiddelen? (zowel positief als negatief)

Crowd disaster of bijna disaster

26. Heeft er ooit een crowd disaster of bijna disaster tijdens betreffende evenement plaatsgevonden?
27. Hoe is dit ontstaan?
28. Hoe is dit voorkomen c.q. hoe is dit beheerst?
29. Wat was daarin de rol van communicatie? (strategie, middel, inhoud van de boodschap)
30. Hoe reageerden de bezoekers op het incident? (hielpen ze elkaar, volgden ze elkaars voorbeeld)
31. Hoe reageerden de bezoekers op de communicatie? (werd er geluisterd of trokken ze hun eigen plan)
32. Hebben jullie het incident geëvalueerd?
33. Is jullie planvorming naar aanleiding daarvan veranderd? (en zo ja, hoe)

Toekomst

34. Wat zou er beter kunnen/ moeten m.b.t. de sturing van bezoekers in een menigte?
35. Zijn er innovaties die in de nabije toekomst bij kunnen dragen aan het sturen van bezoekers?

Afsluiting

36. Heb je verder nog aanvullingen of opmerkingen over het onderwerp die nog niet aan bod gekomen zijn?

Bijlage 2 Overzicht venues, evenementen, respondenten en documenten

In tabel 13 staat een geanonimiseerd overzicht van de onderzochte vaste venues en grootschalige en risicovolle evenementen, de bevraagde respondenten en de door de organisaties aangeleverde documenten. Er is gekozen voor geanonimiseerde verslaglegging omdat sommige informatie gevoelig kan liggen en een negatief effect kan hebben op het veiligheidsgevoel van bezoekers en het imago van een organisatie of evenement.⁶

Tabel 13

Overzicht Venues, Evenementen, Respondenten en Documenten

#	Venue/ evenement	Respondent #	Datum interview	Document #	Document
1	Vaste venue				
		1	09-jun-23	1	Veiligheidsplan
2	Vaste venue				
		2	13-jun-23		
1	Evenement				
		3	15-jun-23	2	Veiligheidsplan
		4	15-jun-23	3	Crowd managementplan
		5	15-jun-23	4	Risicoanalyse
		6	12-jun-23	5	Operationeel draaiboek
2	Evenement				
		7	12-jun-23	6	Veiligheidsplan
		8	21-jun-23	7	Risicoanalyse
		9	21-jun-23	8	Operationeel draaiboek
3	Evenement				
		10	26-jun-23	9	Veiligheidsplan
		11	13-jun-23	10	Crowd managementplan
		12	27-jun-23	11	Beveiligingsplan
				12	Operationeel draaiboek
4	Evenement				
		13	05-jun-23	13	Veiligheidsplan
		14	05-jun-23	14	Risicoanalyse
		15	05-jun-23	15	Operationeel draaiboek

⁶ Examinatoren van de MCPM kunnen de gegevens van de venues, evenementen, respondenten en documenten bij onderzoeker opvragen.