

Beleving en behoefte handelingsperspectieven bij een terroristische aanslag

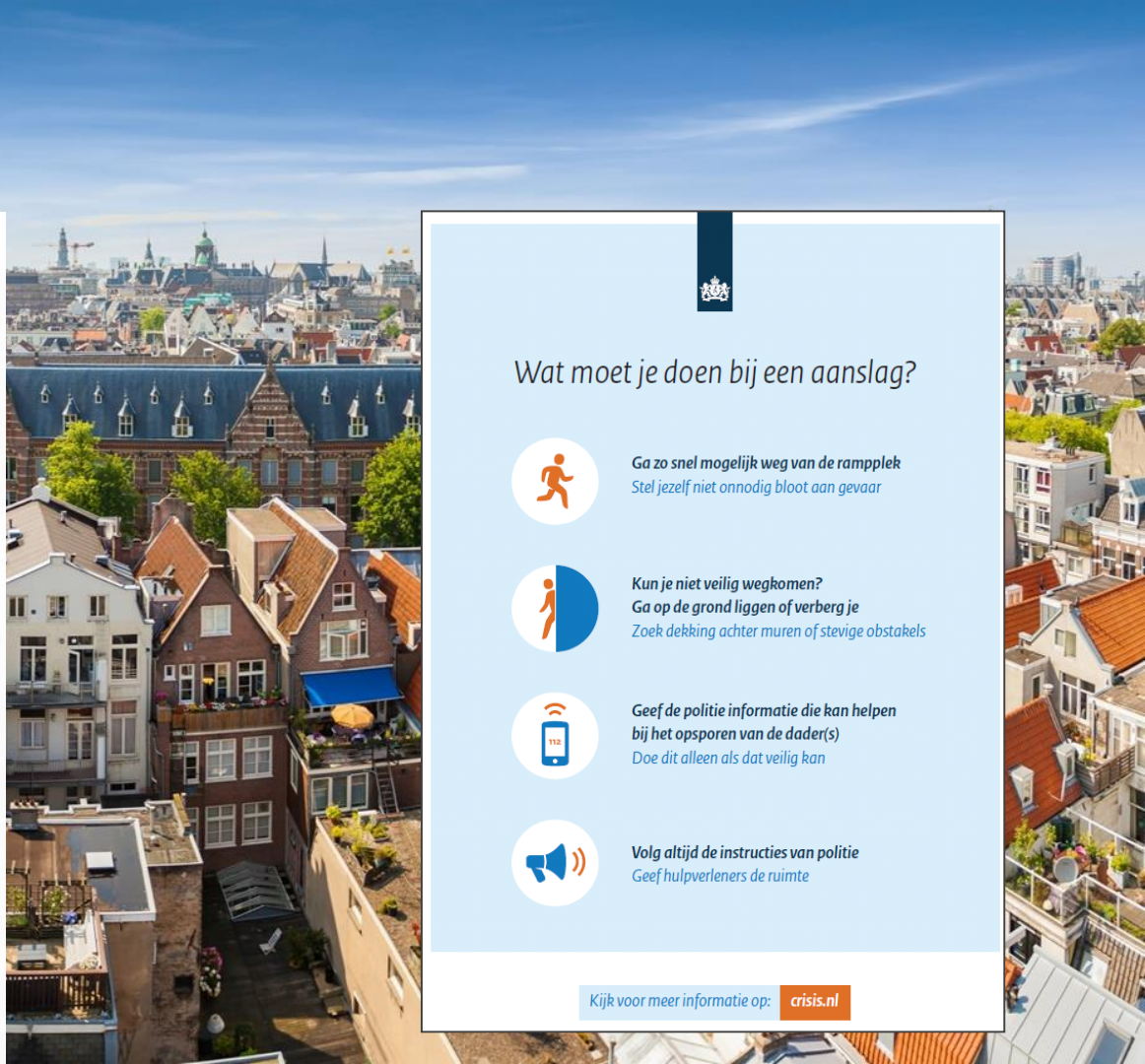


Nationaal Coördinator
Terrorismebestrijding en Veiligheid
Ministerie van Justitie en Veiligheid

Auteurs
drs. Femke Konings
Katrien Oomen, MSc.

4-4-2018

Projectnummer: B2401



Wat moet je doen bij een aanslag?



Ga zo snel mogelijk weg van de rampplek
Stel jezelf niet onnodig bloot aan gevaar



Kun je niet veilig weggkomen?
Ga op de grond liggen of verberg je
Zoek dekking achter muren of stevige obstakels



**Geef de politie informatie die kan helpen
bij het opsporen van de dader(s)**
Doe dit alleen als dat veilig kan



Volg altijd de instructies van politie
Geef hulpverleners de ruimte

Kijk voor meer informatie op: crisis.nl

Inhoudsopgave

Achtergrond	3
Management summary	4
Methode en opzet	7
Resultaten	8
Bijlage	32

Achtergrond

In opdracht van de Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV), heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar de informatiebehoefte van burgers ten aanzien van het eigen handelingsperspectief bij terroristische aanslagen in Nederland.

Achtergrond

Op het gebied van risicocommunicatie over terrorisme is in de zomer van 2017 de boodschap versimpeld naar een 4-staps-handelingsperspectief (vlucht, verberg, vertel, volg) en is er ervaring opgedaan met het bereiken van specifieke doelgroepen via Facebook (www.facebook.com/crisis.nl) en Google door inzet van geolocaties en interessegebieden. In een pilot heeft de NCTV tijdens een aantal grote evenementen en op vliegvelden de boodschap 'wat te doen bij een aanslag' verspreid. Met de pilot zijn ruim 700.000 unieke personen bereikt. Het is onbekend wat mensen van de boodschap, verspreid als infographic en animatievideo, van de NCTV vinden. Daarom heeft de NCTV aanvullende informatie nodig om een vervolg te kunnen geven aan de risicocommunicatie over terrorisme. Daarbij heeft de NCTV de behoefte om door middel van onderzoek te verkennen op welke wijze dit onderwerp speelt bij het algemeen publiek en de belangrijkste inzichten. Eerder is hier een kwalitatief onderzoek naar uitgevoerd, in de vorm van 16 diepte interviews, bedoeld als verkenning van het onderwerp.

Dit rapport beschrijft de resultaten van de kwantitatieve onderzoeksfase, waarin de belangrijkste inzichten uit het kwalitatief onderzoek verder zijn uitgediept en onderzocht.

Doelen kwalitatief onderzoek

1. De NCTV nadere inzichten geven in beleving, zorgen en behoeften bij het algemeen publiek ten aanzien van terrorisme en meer inzicht in timing, inhoud en afzenderschap van communicatie over dit onderwerp (wat wil men weten, op welk moment, via welk kanaal, wie vindt men daarbij een logische afzender?).
2. Het toetsen of de huidige boodschap met het 4-staps-handelingsperspectief voldoende informatie en handelingsperspectief biedt.

Management summary (1/3)

➤ **Nederlanders bewust van mogelijkheid tot aanslag, één op de tien denkt dat kans groot of heel groot is**

Acht op de tien Nederlanders (80%) denkt weleens na over de mogelijkheid van een terroristische aanslag in Nederland. De kans op een terroristische aanslag wordt gemiddeld (36%) of klein (32%) geacht. Ongeveer een tiende van de Nederlanders acht deze kans groot of heel groot (samen 12%). Het zien van de animatie lijkt de geschatte kans op een aanslag iets te verhogen: Nederlanders die de animatie zagen aan het begin van de vragenlijst achten de kans op een aanslag vaker gemiddeld (43%) of heel groot (3%).

➤ **Nederlanders gaan niet vaak op zoek naar handelingsperspectieven, animatie verhoogt kennis aanzienlijk**

De informatiebehoefte over handelingsperspectieven en preventiemaatregelen lijkt laag: de meeste Nederlanders (71%) zoeken nooit informatie op over wat de overheid doet om een aanslag te voorkomen, of over wat zij zelf moeten doen bij een aanslag (81%). 58% van de Nederlanders heeft daar zelfs nog nooit over nagedacht. Vier van de tien Nederlanders weten dan ook niet wat zij moeten doen als zij betrokken raken bij een terroristische aanslag. De animatie lijkt wat dit betreft het beoogde doel te bereiken: van de Nederlanders die de animatie aan het begin van de vragenlijst zagen geeft slechts 10% aan niet te weten wat zij moeten doen bij een terroristische aanslag.

➤ **Meerderheid van de Nederlanders heeft behoefte aan meer informatie over handelingsperspectieven bij aanslag**

Hoewel Nederlanders niet actief naar informatie op zoek gaan, vinden zes op de tien Nederlanders wel dat er meer informatie verspreid zou moeten worden over handelingsperspectieven bij een aanslag (59%). Zij vinden deze informatie voor iedereen nuttig (90%). Als afzender noemt men voornamelijk de landelijke overheid (94%). Nederlanders die de animatie nog niet gezien hebben, geven aan dat informatie over handelingsperspectieven het best via radio en tv (60%) en via huis-aan-huisfolders (55%) verspreid kan worden. Zij die de animatie al wel gezien hebben, vinden radio en tv eveneens de meest passende media. Echter, degenen die de inhoud van de animatie al kennen geven minder vaak aan huis-aan-huisfolders geschikt te vinden (46%), en noemen vaker bronnen als sociale media, of posters of billboards op risicovolle locaties.

Management summary (2/3)

➤ Informatie tijdens aanslag liefst via pushberichten, na afloop aanslag vooral behoefte aan informatie over handelingsperspectief en daders

Wanneer er een aanslag plaatsvindt, geven de meeste Nederlanders aan het liefst geïnformeerd te worden door hulpverleners die aanwijzingen geven (56%), via pushberichten op mobiele telefoons (55%), of via sms-berichten (42%). Na afloop van een aanslag wil men vooral weten wat wel en niet te doen (65%), en of de daders gepakt zijn (54%). Nederlanders die de animatie al gezien hebben, geven minder vaak aan behoefte te hebben aan informatie over wat zij moeten doen en laten (54%). Ook op dit gebied is de kennis van de Nederlandse burger toegenomen door het zien van de animatie.

➤ Bij het zien van de animatie aan het begin blijft hoofdboodschap hangen, maar specifieke 4-staps-handelingsperspectief niet

Bij spontane beleving van de video onthoudt men vooral de hoofdlijn: dat het gaat om instructies over wat te doen tijdens een aanslag (46%). Er wordt echter ten onrechte ook vaak gedacht dat de video instructies geeft voor rampen en calamiteiten in het algemeen (27%). De details en het specifieke 4-staps-handelingsperspectief beklijven minder goed wanneer de animatie aan het begin van de vragenlijst getoond wordt. Deze situatie komt echter wel het meest overeen met de praktijk: wanneer de animatie getoond wordt, op bijvoorbeeld sociale media, bekijkt de persoon de informatie ook vanuit een neutraal perspectief, zonder de *framing* van een vragenlijst over terroristische aanslagen vooraf.

➤ Inhoud animatie geloofwaardig en bruikbaar

Het advies uit de animatie wordt over het algemeen beoordeeld als geloofwaardig (85%), als iets dan men in de praktijk zou toepassen (81%) en als van toepassing op de meeste aanslagsituaties (82%). Iets minder dan de helft van de Nederlanders vindt dat de animatie niets nieuws vertelt (48%). Drie op de tien Nederlanders vinden dat de animatie juist wel nieuwe informatie bevat (30%). Iets meer dan de helft van de Nederlanders (57%) denkt het met het advies uit de animatie te kunnen redden in de eerste momenten zonder hulpverleners. Slechts 7% denkt het met de informatie uit de animatie niet te redden. Als voornaamste redenen worden hiervoor opgevoerd dat vluchten of dekking zoeken niet altijd mogelijk is, dat er paniek toeslaat of dat men niet rustig kan blijven, of omdat er in het advies geen aandacht is over hoe slachtoffers te helpen.

Management summary (3/3)



Belangrijkste inzichten



Het Nederlandse publiek heeft behoefte aan meer informatie over hoe te handelen bij een terroristische aanslag. Dit is nuttige informatie voor iedereen.



Het tonen van de vier acties zorgt ervoor dat mensen het gevoel hebben beter te weten wat ze moeten doen tijdens en na afloop van een aanslag.



De vier acties in de animatie worden als bruikbaar en geloofwaardig ervaren. De logische afzender van de boodschap is de landelijke overheid.



Het tonen van de vier acties zorgt voor een iets hogere inschatting van de kans op een terroristische aanslag in 2018 in Nederland.



De inhoud van de vier acties komt bij een deel van het publiek niet over, vooral als de video spontaan getoond wordt zonder de *framing* van het onderwerp terroristische aanslag. Het hoofddoel wordt verkeerd geïnterpreteerd (rampen in het algemeen) of de vier losse acties worden vaak niet onthouden.

Methode en opzet

Methode

- Het kwantitatieve onderzoek werd uitgevoerd middels een online vragenlijst onder een steekproef uit het online StemPunt-panel, bestaande uit Nederlanders tussen de 16 en 75 jaar. Deze steekproef is gewogen en representatief voor leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en regio.
- De vragenlijst bevatte vragen over risicobewustzijn en handelingsperspectief, informatiegedrag en informatiebehoefte, en de impact en beleving van de animatie. Ook werd gevraagd naar bezoekfrequentie van risicovolle locaties.
- De steekproef was verdeeld in twee groepen: de ene groep kreeg de animatie met het 4-staps-handelingsperspectief aan het begin van de vragenlijst te zien, de andere groep kreeg de animatie pas aan het eind van de vragenlijst te zien. Op deze manier kon zowel de spontane beleving van de animatie worden onderzocht, als ook de spontane actuele behoeften, verwachtingen en wensen van Nederlanders ten aanzien van de informatievoorziening voor, tijdens en na een eventuele terroristische aanslag in Nederland (hiervoor word uitgegaan van de groep die de animatie pas aan het eind van de vragenlijst heeft gezien en hierdoor dus niet beïnvloed is).
- Het veldwerk werd afgenomen tussen 22 februari 2018 en 26 februari 2018.

Risicobewustzijn

	p.8
Behoeftte aan handelingsperspectieven	p.12
Informatiebehoefte tijdens en na een aanslag	p.17
De vier acties (animatie)	p.20
Verschillen tussen groepen	p.27

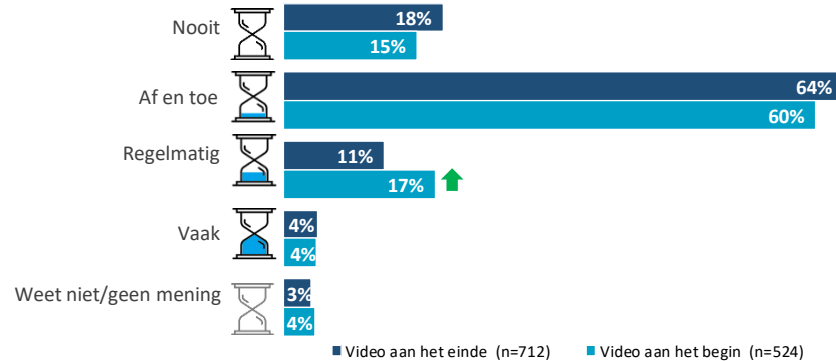
Risicobewustzijn

Acht op de tien Nederlanders denken weleens na over mogelijkheid terroristische aanslag in Nederland, één op de tien schat kans groot in

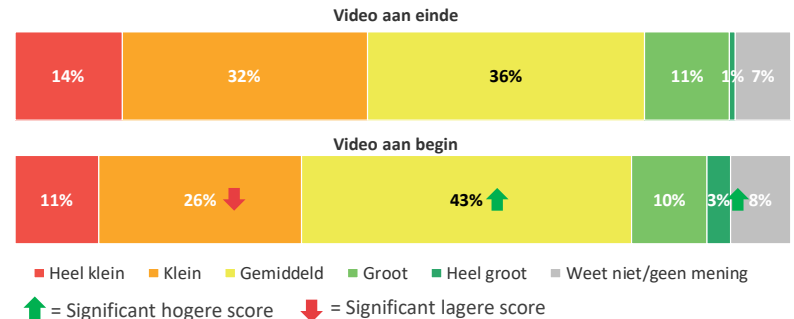
Acht op de tien Nederlanders denken weleens na over de mogelijkheid dat er een terroristische aanslag in Nederland plaatsvindt. De meeste Nederlanders geven aan hier af en toe over na te denken (64%). Nederlanders die de video aan het begin van de vragenlijst zagen geven iets vaker aan regelmatig over deze mogelijkheid na te denken (17%).

Nederlanders achten de kans dat er een terroristische aanslag in Nederland plaats gaat vinden in 2018 over het algemeen gemiddeld (36%) of (heel) klein (45%). Ongeveer een op de tien Nederlanders acht de kans groot: 11% acht de kans groot of zelfs heel groot. Opvallend is dat Nederlanders die de video al gezien hebben aan het begin van de vragenlijst de kans op een aanslag groter achten. Deze groep schat de kans vaker gemiddeld (43%) of heel groot (3%) in, en minder vaak klein (26%).

Denk je weleens na over de mogelijkheid dat er een terroristische aanslag in Nederland zou kunnen plaatsvinden?



Hoe groot schat je de kans in dat er een terroristische aanslag in Nederland plaats gaat vinden in 2018?



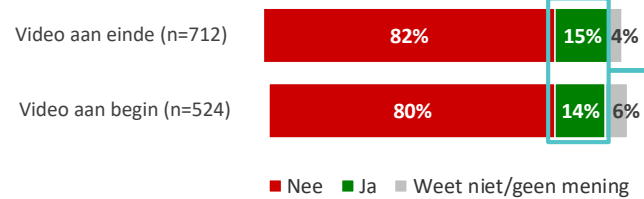
Omgaan met verdachte situaties

15% Nederlanders heeft weleens verdachte situatie meegemaakt, helft van hen meldde dit niet

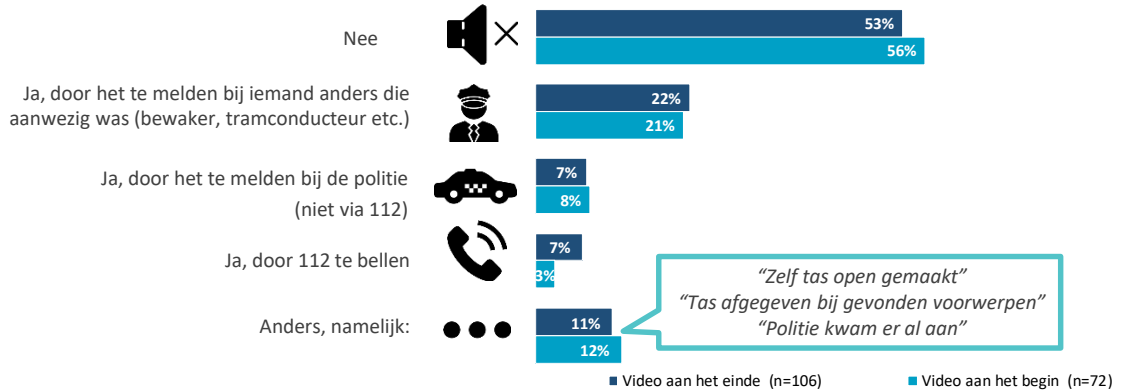
15% van de Nederlanders heeft weleens een verdachte situatie meegemaakt die mogelijk tot en terroristische aanslag zou kunnen leiden.

Van hen maakte iets meer dan de helft (54%) geen melding van deze situatie. Degenen die dit wel deden meldde dit bij iemand ter plaatse, zoals een bewaker of een tramconductor (22%), 7% zocht de politie op en 5% belde 112.

Heb je weleens een verdachte situatie meegemaakt waarvan jij dacht dat die mogelijk zou kunnen leiden tot een terroristische aanslag?



Heb je toen melding gemaakt van de verdachte situatie en zo ja, hoe heb je dat gedaan?

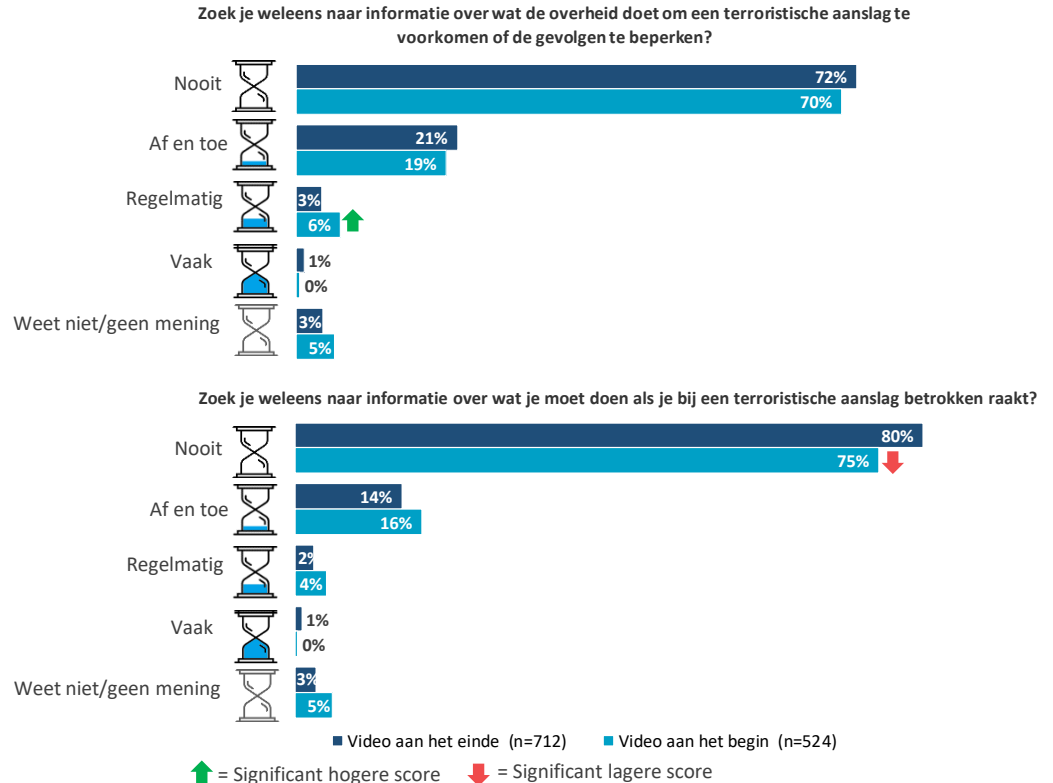


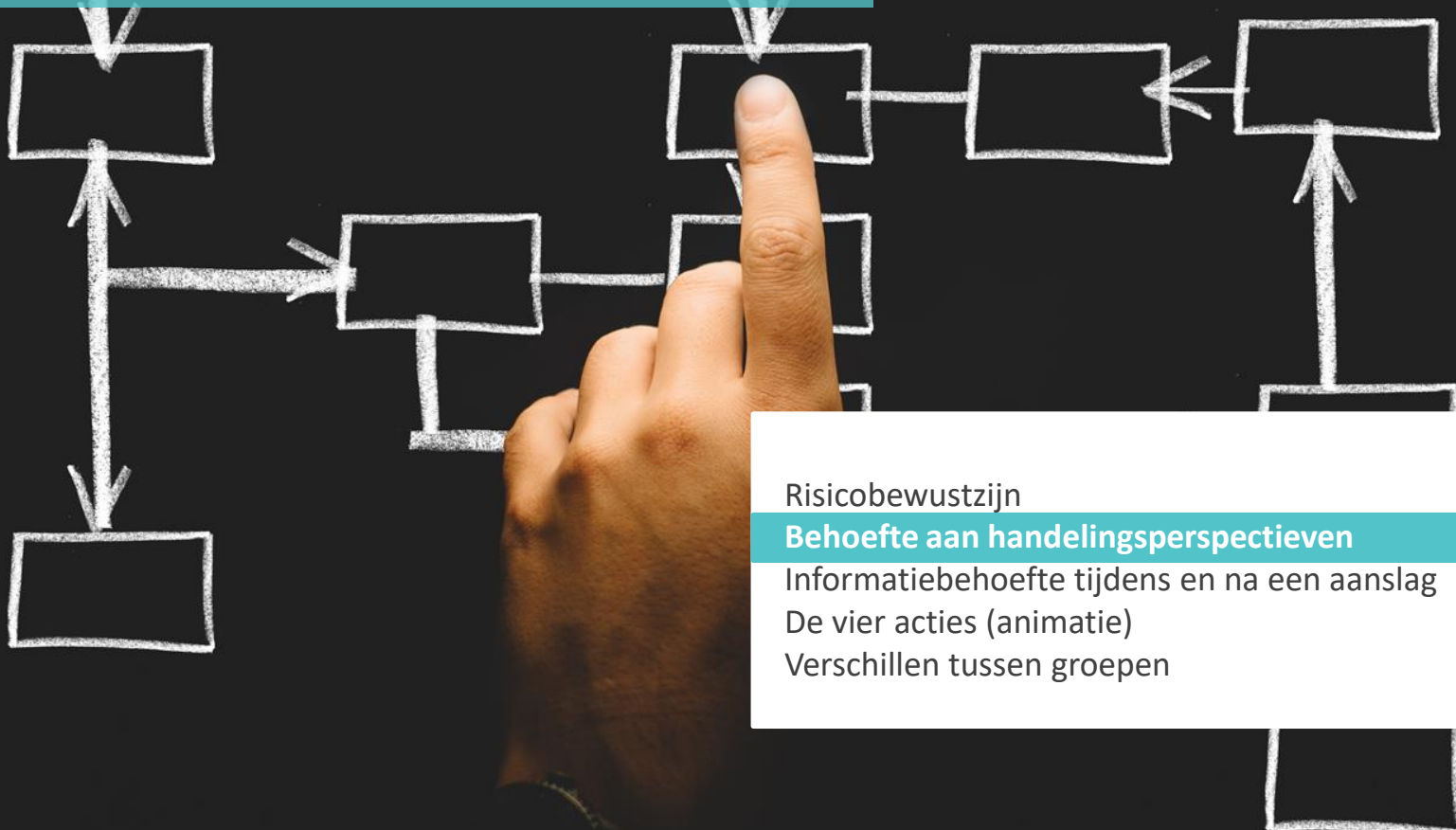
Zoeken naar informatie

Nederlanders niet actief op zoek naar informatie over voorkomen terroristische aanslagen door overheid of eigen handelingsperspectief

Ruim zeven op de tien Nederlanders (72%) gaan nooit zelf op zoek naar informatie over wat de overheid doet om een terroristische aanslag te voorkomen of de gevolgen ervan te beperken.

Ook gaan Nederlanders niet actief op zoek naar informatie over wat zij zelf kunnen doen als zij bij een terroristische aanslag betrokken raken: acht op de tien zoeken hier nooit informatie over op. Nederlanders die de video al gezien hadden, geven iets minder vaak aan hier nooit informatie over op te zoeken (75%).





Risicobewustzijn	p.8
Behoeftte aan handelingsperspectieven	p.12
Informatiebehoefte tijdens en na een aanslag	p.17
De vier acties (animatie)	p.20
Verschillen tussen groepen	p.27

Behoefte aan handelingsperspectieven

Nederlanders denken niet uit zichzelf na over handelingsperspectief tijdens aanslag, meerderheid weet niet precies wat te doen bij aanslag

Van de Nederlanders die de video nog niet gezien hebben, geeft meer dan de helft (58%) aan nog nooit nagedacht te hebben over wat zij zouden doen als ze zelf bij een terroristische aanslag aanwezig zouden zijn. 36% geeft aan hier weleens over nagedacht te hebben. Respondenten die de video al wel hebben gezien geven vaker aan hier weleens over nagedacht te hebben (42%).

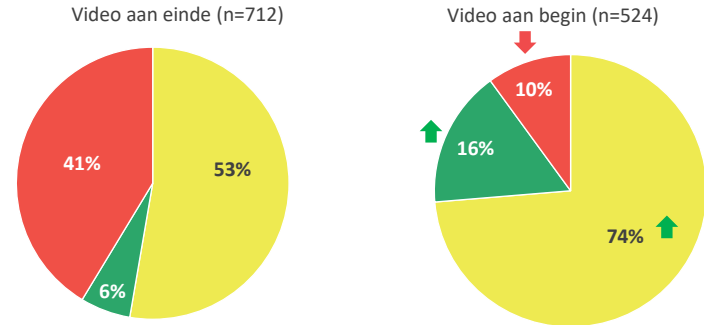
Vier op de tien Nederlanders (41%) geven aan niet te weten hoe zij zouden moeten handelen bij een terroristische aanslag. Iets meer dan de helft (53%) geeft aan ongeveer te weten wat te doen, en 6% geeft aan dit precies te weten.

Nederlanders die de video hebben gezien geven vaker aan dat zij ongeveer (74%) of precies (16%) weten hoe zij moeten handelen.

Heb je er weleens over nagedacht wat je zelf zou doen als er een terroristische aanslag plaatsvindt en jij daar bij aanwezig bent?



In hoeverre vind je dat je voldoende kennis hebt om te weten hoe je moet handelen als je zelf betrokken raakt bij een terroristische aanslag?



■ Ik weet ongeveer wat ik moet doen
 ■ Ik weet precies wat ik moet doen
 ■ Ik weet niet wat ik moet doen
↑ = Significant hogere score
 ↓ = Significant lagere score

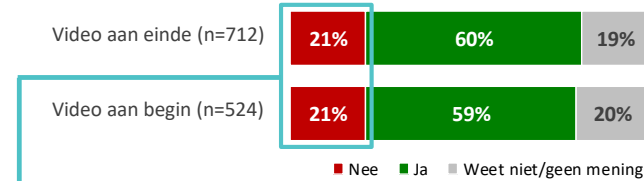
Behoeftte aan handelingsperspectieven

Zes op de tien Nederlanders vinden dat er meer informatie verspreid zou moeten worden over hoe te handelen bij een terroristische aanslag

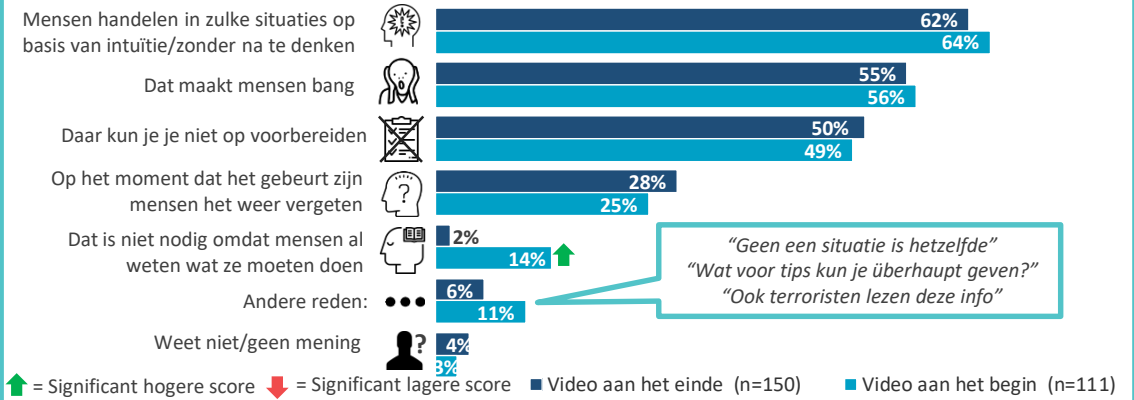
Zes op de tien Nederlanders vinden dat er meer informatie verspreid zou moeten worden over hoe mensen moeten handelen bij een terroristische aanslag. Vijf op de tien Nederlanders (21%) vinden juist van niet. Voornaamste redenen hiervoor zijn o.a. dat zij denken dat mensen intuïtief handelen in dergelijke situaties (63%), dat het angst opwekt (55%), of dat men zich überhaupt niet voor kan bereiden op een aanslag (49%).

Nederlanders die de video al gezien hebben, geven vaker aan dat informatieverschaffing niet nodig is omdat men al weet hoe te handelen (14%) dan Nederlanders die de video nog niet hebben gezien (2%).

Vind je dat er meer informatie verspreid zou moeten worden over hoe mensen moeten handelen bij een terroristische aanslag?



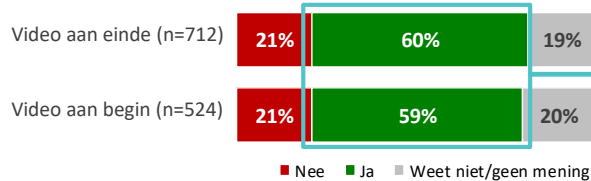
Waarom vind je het niet nodig dat er meer informatie verspreid wordt?
(Basis - Vindt niet dat er meer informatie verspreid zou moeten worden)



Behoeftte aan handelingsperspectieven

Informatie over handelingsperspectief wordt als algemeen nuttig beschouwd, afzender zou landelijke overheid moeten zijn

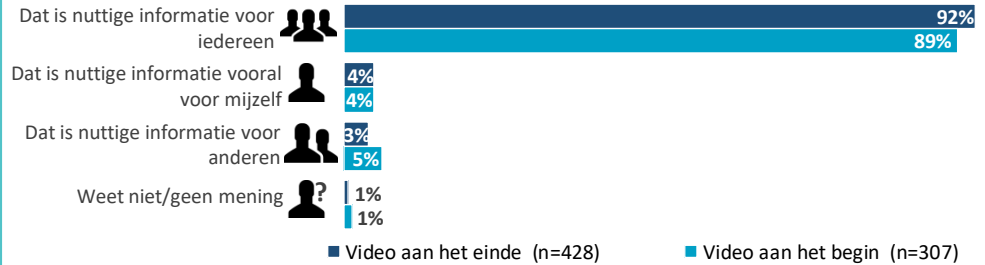
Vind je dat er meer informatie verspreid zou moeten worden over hoe mensen moeten handelen bij een terroristische aanslag?



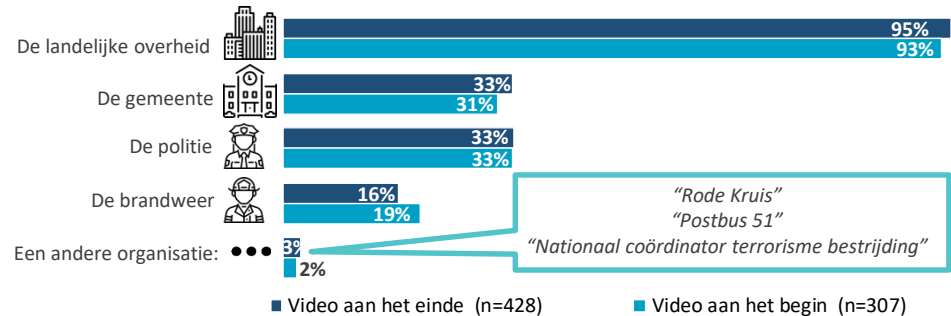
Van de Nederlanders die vinden dat er wel meer informatie verspreid zou moeten worden over hoe te handelen bij een aanslag vindt de overgrote meerderheid dat dit nuttig is voor iedereen (92%).

Als afzender van deze informatie wordt voornamelijk de landelijke overheid genoemd (95%). Gemeente en politie worden minder vaak genoemd (33%), evenals de brandweer (16%).

Voor wie zou het nuttig zijn als er meer informatie verspreid wordt?
(Basis - Vindt wel dat er meer informatie verspreid zou moeten worden)



En van wie zou die informatie moeten komen?
(Basis - Vindt wel dat er meer informatie verspreid zou moeten worden)

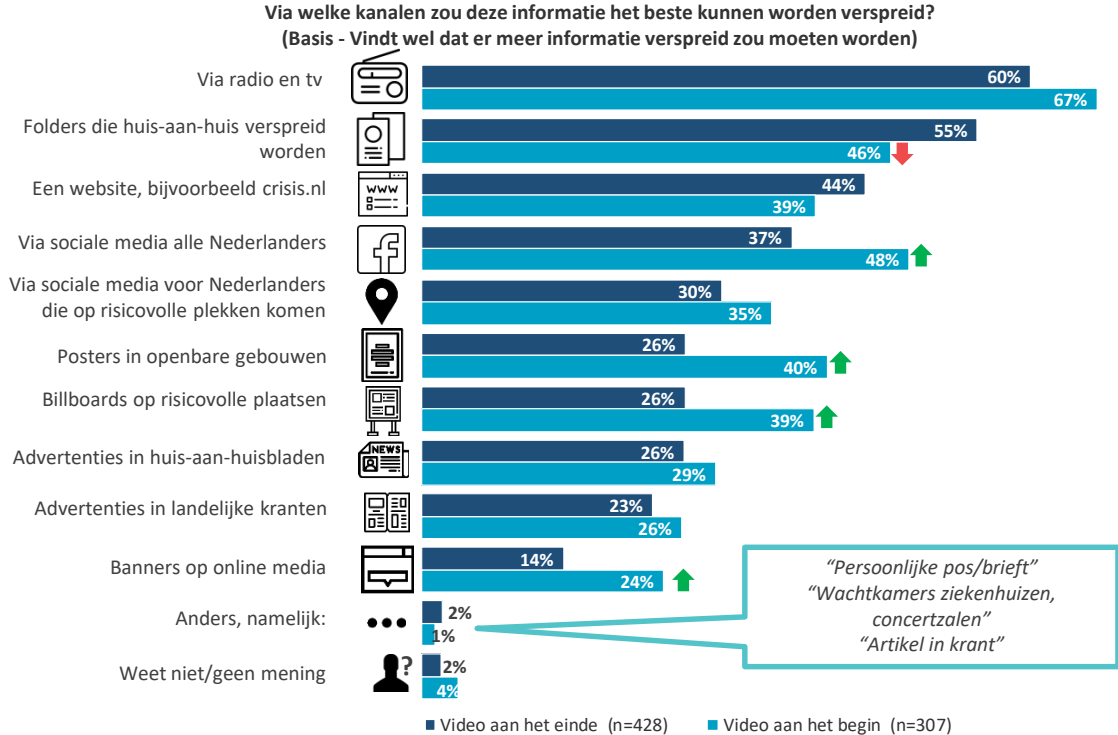


Behoeftte aan handelingsperspectieven

Nederlanders zien informatie over handelingsperspectief bij aanslag liefst via radio en tv, huis-aan-huis folders of websites als crisis.nl

Nederlanders die vinden dat er meer informatie verspreid zou moeten worden over handelingsperspectief bij een aanslag zien dit het liefst gebeuren via radio en tv (60%), huis-aan-huisfolders (55%), of via websites als crisis.nl (44%).

Nederlanders die de video al gezien hebben en vinden dat er meer informatie verspreid zou moeten worden zien dit ook het liefst via radio of tv gebeuren (60%). Echter, vaker dan Nederlanders die de video nog niet gezien hebben denken zij dat de boodschap het best verspreid kan worden via Sociale media onder alle Nederlanders (48% vs. 37%), via posters in openbare gebouwen (40% vs. 26%), via billboards op risicovolle plaatsen (39% vs. 26%) en via banners op online media (24% vs. 14%). Vergeleken met Nederlanders die de video nog niet kennen vinden zij huis-aan-huis folders juist minder geschikt (46% vs. 55%).



Risicobewustzijn	p.8
Behoeftte aan handelingsperspectieven	p.12
Informatiebehoefte tijdens en na een aanslag	p.17
De vier acties (animatie)	p.20
Verschillen tussen groepen	p.27

Informatie tijdens aanslag

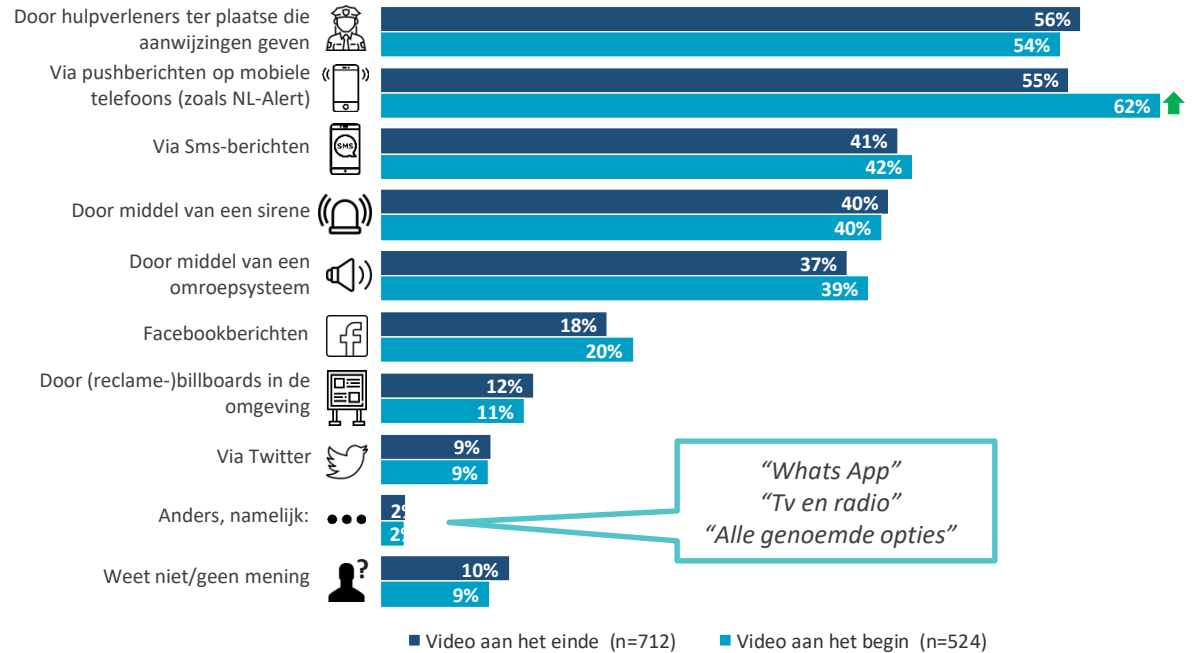
Tijdens aanslag informatieverspreiding via hulpverleners ter plaatse en pushberichten via mobiele telefoons

Wanneer er een aanslag plaatsvindt wordt men het liefst geïnformeerd over hoe te handelen door hulpverleners ter plaatse (56%), of via pushberichten op mobiele telefoons (55%). Vier op de tien Nederlanders wordt daarnaast graag geïnformeerd via sms-berichten (41%), een sirene (40%) of een omroepsysteem (37%).

Relatief weinig mensen geven aan dat men het best geïnformeerd kan worden via sociale media, zoals Facebook (18%) of Twitter (12%).

Nederlanders die de video al gezien hebben noemen vaker het sturen van pushberichten op mobiele telefoons als beste manier om informatie te verspreiden tijdens een aanslag (62%).

Op welke manier(en) kan volgens jou het beste informatie over hoe te handelen verspreid worden aan mensen die zich in het gebied van een terroristische aanslag bevinden?

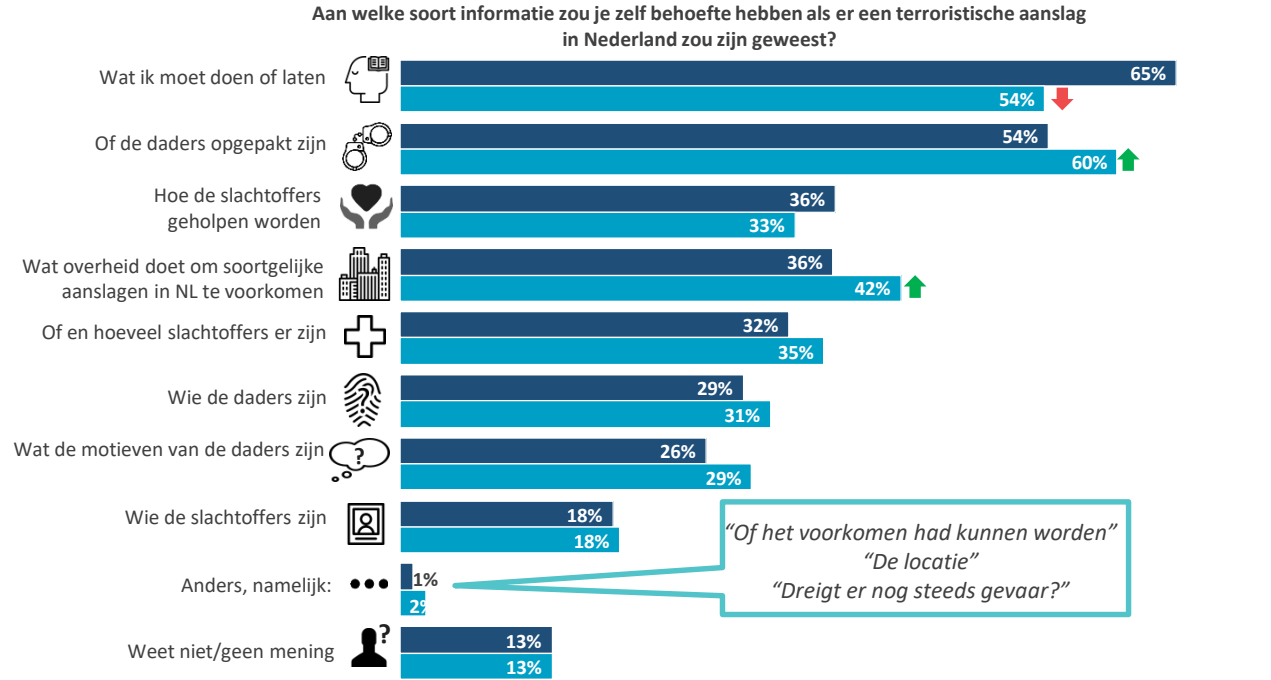


Informatie na afloop aanslag

Na afloop van aanslag vooral behoefte aan informatie over wat wel of niet te doen, en over arrestatie daders

Na afloop van een aanslag zouden Nederlanders het meest behoefte hebben aan informatie over hoe te handelen (65%) en over of de daders zijn opgepakt (54%).

Nederlanders die de video al hebben gezien geven minder vaak aan dat zij behoefte hebben aan informatie over wat zij zelf moeten doen of laten (54%) en geven vaker aan te willen weten of de daders zijn opgepakt (60%). Ook geven zij vaker aan behoefte te hebben aan informatie over wat de overheid doet om soortgelijke aanslagen in Nederland te voorkomen.





Wat moet je doen bij een aanslag?



Ga zo snel mogelijk weg van de ramplek
Stel jezelf niet onnodig bloot aan gevaar



Kun je niet veilig weggemen?
Ga op de grond liggen of verberg je
Zoek dekking achter muren of stevige obstakels



Geef de politie informatie die kan helpen bij het opsporen van de dader(s)
Doe dit alleen als dat veilig kan



Volg altijd de instructies van politie
Geef hulpverleners de ruimte

Kijk voor meer informatie op: [crisis.nl](https://www.crisis.nl)

Risicobewustzijn	p.8
Behoeftte aan handelingsperspectieven	p.12
Informatiebehoefte tijdens en na een aanslag	p.17
De vier acties (animatie)	p.20
Verschillen tussen groepen	p.27

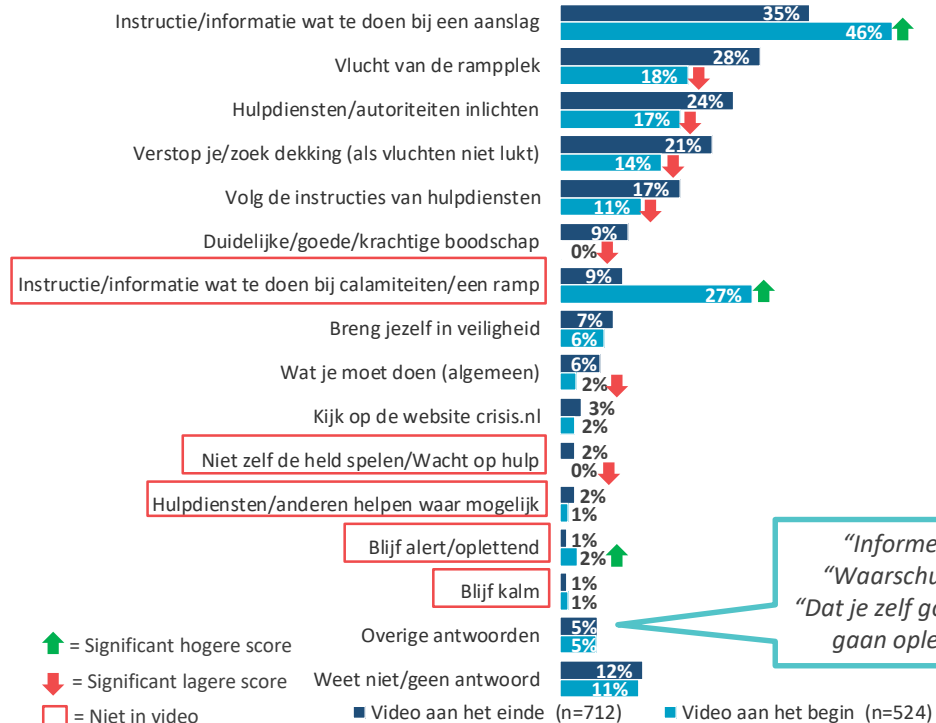
Spontane omschrijving boodschap van de animatie

Bij het zien van de video zonder voorkennis wordt vaak gedacht dat het om handelingsperspectieven bij rampen in het algemeen gaat

Nederlanders die de video aan het begin van de vragenlijst hebben gezien, lijken vooral goed de hoofdlijnen van de video te onthouden: De helft geeft aan dat de boodschap van de video instructies bevat over wat te doen bij een aanslag (46%). Maar deze groep geeft ook vaker het (foutieve) antwoord dat de video informatie bevat over wat te doen bij een ramp of calamiteit in het algemeen (27%). De specifieke stappen uit de video (vlucht van de rampplek, verstop als dat niet lukt, informeer politie en volg instructies hulpverleners op) onthouden zij ook minder goed.

Nederlanders die de video aan het eind van de vragenlijst zien, en dus al meer bezig zijn met het onderwerp, onthouden de details van de video opvallend beter: zij weten zich vaker de specifieke stappen uit de video te herinneren.

Kun je in je eigen woorden omschrijven wat de boodschap is van de video die je net gezien hebt?
(Open vraag, gecodeerd)

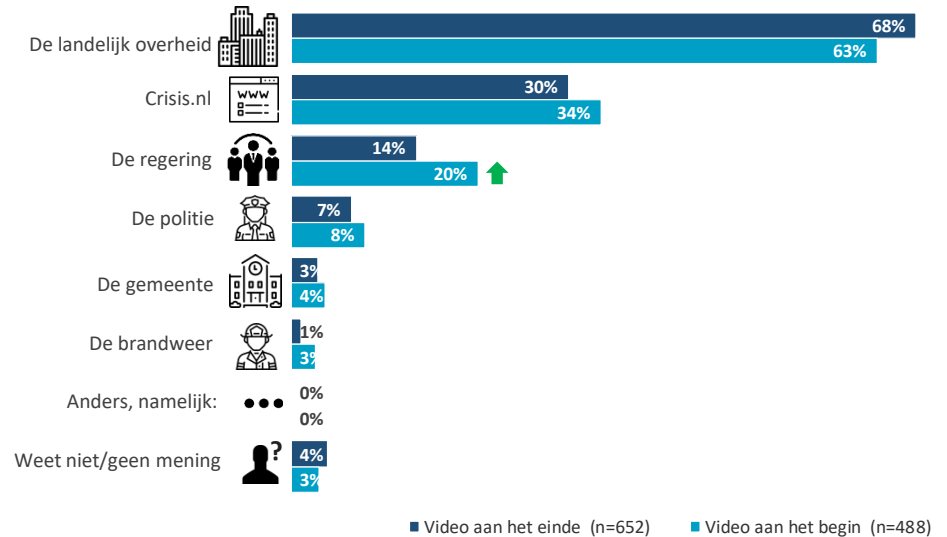


Afzender van de boodschap

Afzender animatie landelijke overheid en/of Crisis.nl

Ruim twee derde van de Nederlanders (68%) noemt als afzender van de boodschap de landelijke overheid. Nederlanders die de video aan het begin van de vragenlijst zagen denken iets vaker dat de regering de afzenders is (14%).

Wie is volgens jou de afzender van deze boodschap? (Basis - Kon de video afspelen. Geldt voor alle volgende)



↑ = Significant hogere score ↓ = Significant lagere score

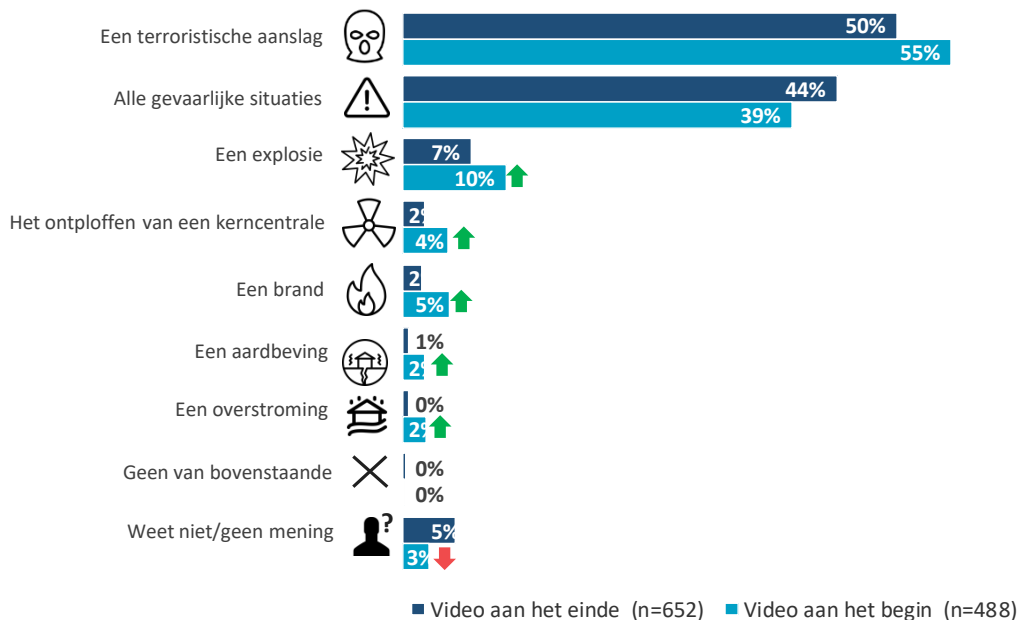
Toepasbaarheid vier acties in verschillende situaties

Bij spontane beleving vaker onduidelijk dat animatie specifiek slaat op situatie van een terroristische aanslag

Nederlanders die de video spontaan beleven (aan begin van de vragenlijst) hebben vaak minder duidelijk in beeld dat de boodschap uit de video specifiek bedoeld is voor het handelen tijdens een terroristische aanslag. Zij denken vaker dat de boodschap breder bedoeld is voor alle gevaarlijke situaties of voor specifieke gevallen waar de instructie niet voor bedoeld is, zoals het ontploffen van een kerncentrale, een brand, een aardbeving of een overstroming.

Nederlanders die de video aan het eind van de vragenlijst zien, onthouden beter dat de boodschap uit de video bedoeld is voor het geval van een terroristische aanslag.

Voor welke situatie of situaties is de informatie uit de video bedoeld volgens jou?



↑ = Significant hogere score ↓ = Significant lagere score

Stellingen over het advies

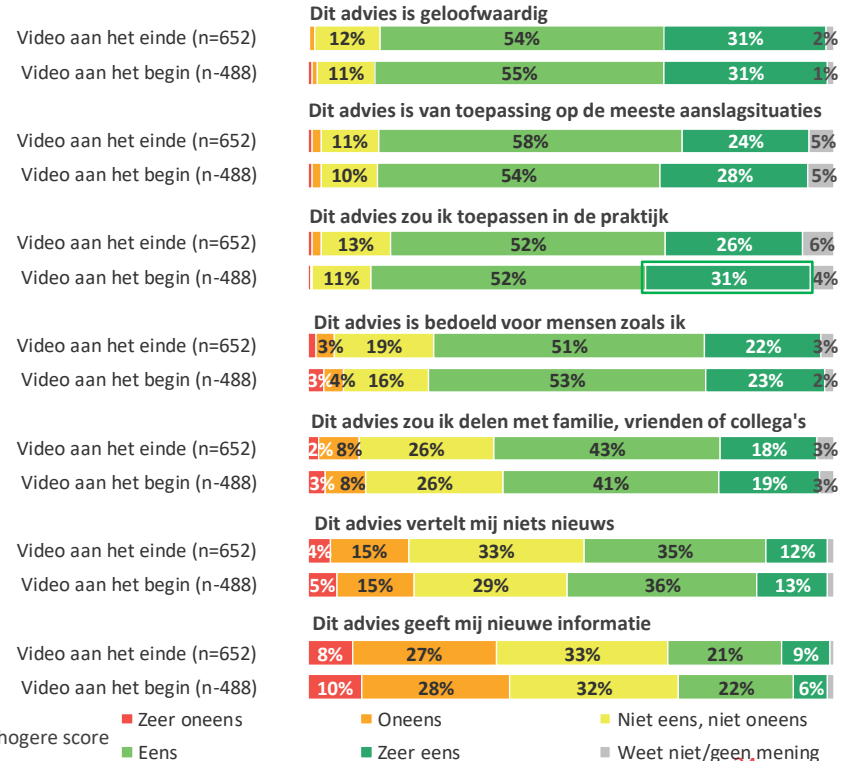
Advies uit animatie is geloofwaardig en toepasbaar, maar wordt ook als weinig vernieuwend ervaren

Zowel Nederlanders die de video aan het begin, als Nederlanders die de video aan het eind van de vragenlijst hebben gezien vinden de video geloofwaardig (beide ongeveer 85% eens), en van toepassing op de meeste aanslagsituaties (beide 82% eens).

Ook heeft ongeveer drie kwart van de Nederlanders het gevoel dat de video bedoeld is voor mensen zoals zichzelf, en ongeveer zes op de tien zouden de informatie delen met familie, vrienden of collega's.

Over het algemeen vindt iets minder dan de helft van de Nederlanders dat de video niets nieuws vertelt. Drie op de tien Nederlanders vinden dat video wel nieuwe informatie geeft.

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen over dit advies?



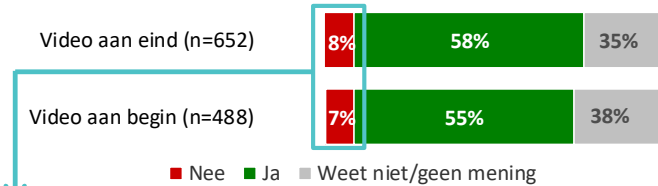
Bruikbaarheid advies in eerste momenten

Krappe meerderheid van de Nederlanders denkt genoeg te hebben aan het advies bij de eerste momenten na een aanslag

Iets meer dan de helft van beide groepen Nederlanders geeft aan dat zij denken dat het advies uit de video hen helpt om de eerste momenten na een aanslag door te komen (55% en 58%). Iets minder dan een tiende (7% en 8%) denkt niet dat zij het met dit advies redden. Bijvoorbeeld omdat vluchten/dekking zoeken niet altijd werkt, omdat er paniek toeslaat, of omdat het advies niet op elke situatie toepasbaar is.*

*Vanwege kleine aantallen die denken het niet te redden in de eerste momenten zijn de verschillen tussen de groepen die de video al wel, of nog niet hadden gezien slechts indicatief.

Denk je dat je het met dit advies die eerste momenten zonder hulpverleners redt?



Waarom denk je dat je het niet redt met dit advies?

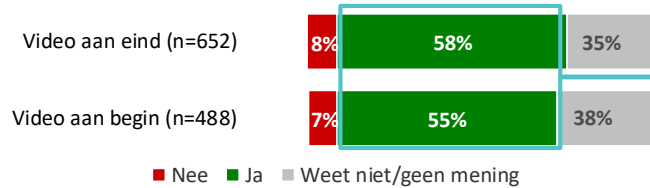


*"Ik zou denk ik in paniek zijn"
"Er staat niet hoe je anderen kunt helpen"
"Als je gewond bent kun je niet wegkomen"*

Tips om advies beter te maken

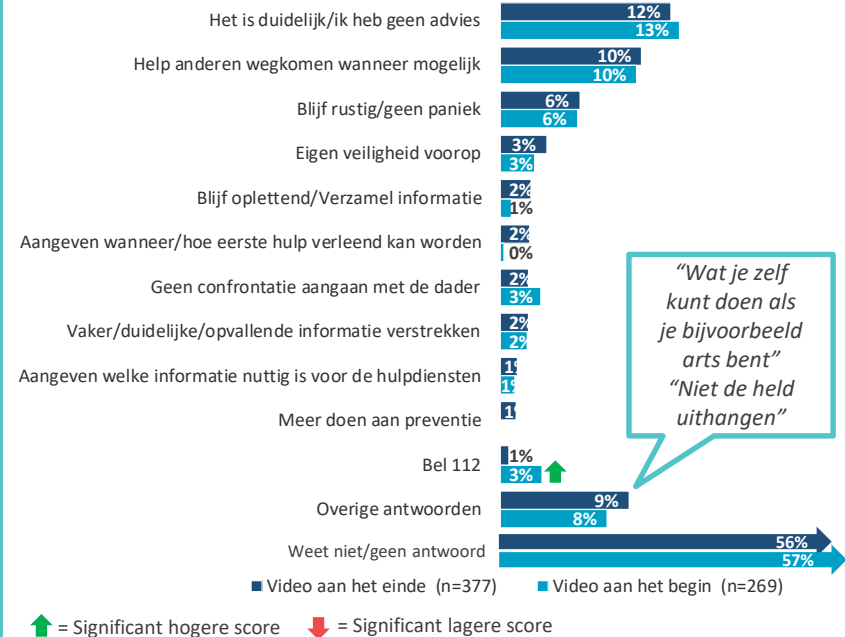
Uiteenlopende tips om advies beter te maken, zoals anderen helpen en belang van rustig blijven

Denk je dat je het met dit advies die eerste momenten zonder hulpverleners redt?



Van alle Nederlanders die denken het wel te redden met het advies uit de video geeft ongeveer 12% aan dat het een duidelijk advies is en zij geen tips hebben om de video beter te maken. Sommigen zouden graag toe willen voegen dat het belangrijk is om anderen te helpen als het mogelijk is om weg te komen (10%), of dat het belangrijk is om rustig te blijven en geen paniek te creëren (6%). Het grootste aandeel van de ondervraagden geeft echter aan geen verbeteringen te kunnen benoemen voor dit advies.

Heb je nog tips om dit advies beter te maken?



Risicobewustzijn	p.8
Behoefte aan handelingsperspectieven	p.12
Informatiebehoefte tijdens en na een aanslag	p.17
De vier acties (animatie)	p.20
Verschillen tussen groepen	p.27

Verschillen naar achtergrondkenmerken

Geslacht

- Vrouwen maken zich vaker zorgen om een terroristische aanslag en schatten de kans dat dit gebeurt groter in. Vrouwen geven minder vaak aan nooit nagedacht te hebben over de mogelijkheid van een terroristische aanslag in Nederland dan mannen (11% vs. 22%). Bovendien schatten mannen de kans op een terroristische aanslag vaker klein in dan vrouwen (47% (heel) klein vs. 36%). Ook geven vrouwen vaker aan dat zij weleens een verdacht situatie hebben meegemaakt dan mannen (18% vs. 11%).
- Aansluitend op het grotere bewustzijn onder vrouwen, geven zij ook vaker aan weleens nagedacht te hebben over wat ze zelf zouden doen bij een aanslag dan mannen (42% vs. 35%), en vinden zij vaker dat er meer informatie over handelingsperspectief verspreid zou moeten worden (64% vs. 55%).
- Ook geven vrouwen vaker aan tijdens een aanslag op de hoogte gehouden te willen worden door informatie van hulpverleners ter plaatse (62% vs. 48%), een sirene (45% vs. 35%) of een omroepsysteem (43% vs. 33%). Zij geven aan meer behoefte te hebben aan vrijwel elke vorm van informatie tijdens een aanslag dan mannen.
- Vrouwen onthouden bovendien vaker het specifieke handelingsperspectief uit de video dan mannen: vlucht van de rampplek (27% vs. 20%), verstoppen/dekking zoeken als vluchten niet lukt (22% vs. 15%), inlichten van hulpdiensten autoriteiten (24% vs. 4%), opvolgen instructies hulpdiensten (17% vs. 12%). Ook hebben zij vaker dan mannen het gevoel dat de informatie uit de video bedoeld is voor mensen zoals zij (55% vs. 49%). Mannen geven aan het advies minder vaak te zullen delen met naasten (38% vs. 46%). Opvallend is dat mannen vaker aangeven dat zij denken het met het advies niet te redden in de eerste momenten zonder hulpverleners dan vrouwen (10% vs. 5%).

Verschillen naar achtergrondkenmerken

Leeftijd

- Jongeren in de leeftijd 16 t/m 24 jaar hebben vaker nagedacht over wat zij zouden doen bij aanslag (48% vs. 38%), en vinden ook vaker dat hier meer informatie over verspreid zou moeten worden. Meer dan andere leeftijdscategorieën vinden zij dat deze informatie verspreid zou moeten worden door de politie en via sociale media. Ook worden zij tijdens een aanslag liever geïnformeerd via pushberichten of Facebookberichten dan andere leeftijdsgroepen. Na een aanslag hebben zij meer behoefte aan informatie over of de daders gepakt zijn, wat de overheid doet om aanslagen in het vervolg te voorkomen, en wat zij moeten doen of laten. Deze groep jongeren onthoudt de informatie uit de animatie over het algemeen beter dan gemiddeld.
- 25 t/m 34-jarigen geven vaker aan na te denken over de mogelijkheid van een aanslag in Nederland, en achten de kans op een aanslag ook groter. Zij zijn dan ook iets vaker geïnteresseerd in informatie over terroristische aanslagen. Deze groep vindt de informatie uit de animatie echter ook minder vaak bedoeld voor mensen zoals zij, en zouden het advies minder vaak toepassen in de praktijk. Ook denken zij het minder vaak te redden in eerste momenten zonder hulpverleners.
- 35 t/m 44-jarigen achten kans op een aanslag vaker klein en vinden minder vaak dat er informatie verspreid zou moeten worden over handelingsperspectief tijdens een aanslag. Zij vinden de informatie uit de animatie minder vaak toepasbaar.
- 45 t/m 54-jarigen zoeken minder vaak informatie op over aanslagen. Zij worden liever geïnformeerd via sms-berichten of hulpverleners ter plaatse als ze bij een aanslag aanwezig zouden zijn. Zij denken vaker dat de animatie over alle gevaarlijke situaties gaat, en vinden de informatie uit de animatie vaker toepasbaar en bedoeld voor mensen zoals zij.
- 55 t/m 64-jarigen onthouden informatie uit animatie minder vaak correct, en vinden het advies vaker toepasbaar.
- 65 t/m 75-jarigen hebben minder vaak nagedacht over wat zij zelf zouden doen bij een aanslag en vinden vaker dat je hierop niet kunt voorbereiden. Zij ontvangen de informatie over handelingsperspectieven liefst via radio of tv. Zij onthouden de informatie uit de animatie minder vaak correct.

Verschillen naar achtergrondkenmerken

Opleidingsniveau

- Hoogopgeleiden achten kans op een aanslag kleiner. Zij hebben echter wel vaker nagedacht over wat zij zouden doen bij een aanslag. Hoogopgeleiden hebben vaker geen behoefte aan meer informatie hierover. Als er informatie verspreid zou moeten worden, dan zien ze dit het liefst via websites zoals crisis.nl gebeuren. Zij ontvangen informatie tijdens aanslag vaker het liefst via pushberichten of hulpverleners ter plaatse. Hoogopgeleiden willen na een aanslag liever weten wat zij zelf moeten doen en laten, dan over hoe de overheid aanslagen voortaan probeert te voorkomen. Zij onthouden de informatie uit de animatie beter dan gemiddeld, maar vinden minder vaak dat de animatie nieuwe informatie verschaft. Zij denken vaker dat ze het de eerste momenten zonder hulpverleners zullen redden met het handelingsperspectief.
- Laagopgeleiden achten de kans op een aanslag groter, maar hebben ook minder vaak nagedacht over wat zij zelf zouden doen tijdens aanslag. Zij vinden minder vaak dat de informatie tijdens een aanslag het best verspreid kan worden via pushberichten. Laagopgeleiden zijn na een aanslag meer geïnteresseerd in wat de overheid doet om aanslagen voortaan te voorkomen, en minder in wat zij zelf moeten doen of laten. Zij onthouden de specifieke informatie uit animatie minder goed.

Bezoek risicovolle plekken

- Nederlanders die niet of nauwelijks op risicovolle plekken komen achten de kans op een aanslag kleiner dan mensen die juist wel vaak op risicovolle plekken komen. Zij die vaker op risicovolle plekken komen, zoeken vaker informatie op over wat je kunt doen bij een aanslag. Hoewel zij vaker nagedacht hebben over wat zij bij een aanslag zelf zouden doen, geven zij vaker aan dit niet precies te weten. Personen die vaak op risicovolle plekken komen geven vaker aan dat de informatie over handelingsperspectieven tijdens een aanslag het best verspreid kan worden via Facebookberichten, en noemen minder vaak de sirene. Zij onthouden de informatie uit de animatie iets beter dan mensen die niet vaak op risicovolle plekken komen. Zij vinden de informatie uit de animatie vaker nieuw, toepasbaar, geloofwaardig en bedoeld voor mensen zoals zij, dan mensen die niet vaak op risicovolle plekken komen.

Verschillen naar achtergrondkenmerken

Stedelijkheid

- Nederlanders die in zeer sterk stedelijke gebieden wonen, bezoeken vaker risicovolle plaatsen zoals treinstations en festivals. Deze groep geeft vaker aan een verdachte situatie meegemaakt te hebben. Bewoners van zeer stedelijke gebieden hebben iets vaker informatie opgezocht over wat je zou moeten doen als je bij een terroristische aanslag betrokken raakt (27% vs. 22%). De stedelijkheidsgraad heeft geen invloed op de inschatting van de kans op een aanslag in Nederland of op de informatiebehoefte over handelingsperspectieven. De behoefte aan informatie is in alle gebieden in Nederland even groot. Bewoners van zeer sterk stedelijke gebieden vinden wel vaker dat de inhoud van de animatie nieuwe informatie is.

3 Grote gemeenten (Amsterdam, Rotterdam en Den Haag)

- Nederlanders die in de drie grote gemeenten wonen (G3) zoeken vaker naar informatie over wat je zou moeten doen als je bij een terroristische aanslag aanwezig bent. Bewoners van de G3 zijn vaker van mening dat de gemeente de afzender zou moeten zijn van informatie over hoe te handelen bij een aanslag. Bewoners van de G3 kijken minder vaak landelijke televisie, zien vaker reclames op social media en zien ook vaker folders die huis-aan-huis verspreid worden, maar er zijn geen regionale verschillen in de kanalen die gekozen worden om de handelingsperspectieven vooraf te verspreiden. Bewoners van de G3 zouden wel tijdens een aanslag vaker geïnformeerd willen worden via Twitter.



- **Veldwerkperiode**
 - Het veldwerk is uitgevoerd in de periode tussen 22 februari 2018 en 26 februari 2018
 - **Methode respondentselectie**
 - Uit het StemPunt-panel van Motivaction
- **Incentives**
 - De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen
- **Weging**
 - De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS
- **Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden**
 - Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.
- **Overige onderzoekstechnische informatie**
 - Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever

Bijlage | Ongewogen en gewogen data

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Leeftijd				
16 t/m 24 jaar	104	8,4	176	14,2
25 t/m 34 jaar	164	13,3	201	16,2
35 t/m 44 jaar	173	14,0	203	16,4
45 t/m 54 jaar	239	19,3	238	19,2
55 t/m 64 jaar	290	23,5	222	18,0
65 t/m 75 jaar	266	21,5	197	15,9
Opleidingsniveau				
Hoog (wo/hbo)	347	28,1	311	25,2
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	609	49,3	646	52,3
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	280	22,7	279	22,6
Geslacht				
Mannen	680	55,0	621	50,2
Vrouwen	556	45,0	615	49,8

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Regio				
3 grote gemeenten	123	10,0	145	11,7
West	326	26,4	359	29,0
Noord	137	11,1	125	10,1
Oost	266	21,5	259	20,9
Zuid	330	26,7	301	24,3
Randgemeenten	266	21,5	48	3,9

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivation in publicaties op basis van deze rapportage – anders dan integrale publicatie – is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivation International B.V.

Zie ook ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Beeldmateriaal

Motivation heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivation.

motivaction

research and strategy

Motivaction International B.V.
Marnixkade 109
1015 ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001 MG Amsterdam

T +31 (0)20 589 83 83
M info@motivaction.nl

www.motivaction.nl

