

17 december 2009

# Marketingplan Instrument Mal Groepsrisico



Auteur: Wim Brinker

Provincie Noord-Brabant

wbrinker@brabant.nl

## Inhoudsopgave

1.	Inleiding Mal Groepsrisico.....	3
2.	Uitgangspositie.....	3
3.	Werkingsfeer.....	3
4.	Werkterrein.....	3
5.	Missie en Visie.....	3
6.	Centrale probleemstelling.....	4
7.	Omgevingsanalyse.....	4
8.	Communicatiematrix en strategische keuze.....	5
9.	Segmenteren en targets.....	5
10.	Positioneren van het product.....	6
11.	Bepalen van de marketing doelstelling.....	6
12.	Marketinginstrumenten.....	6
	<i>Product</i> .....	6
	<i>Prijs</i> .....	6
	<i>Plaats</i> .....	7
	<i>Promotie</i> .....	7
	<i>Personeel en uitvoering</i> .....	7
13.	Activiteitenplan.....	8
14.	Marketingbudget.....	8
15.	Bijsturen en evaluatie.....	9
16.	Afbreukrisico.....	9
	Bijlage 1: Geraadpleegde bronnen.....	10

## 1. Inleiding Mal Groepsrisico

In ons Rijksbeleid is bepaald dat de risico's waaraan burgers in hun leefomgeving mogen worden blootgesteld door activiteiten met gevaarlijke stoffen, tot een aanvaardbaar minimum moeten worden beperkt. Voor wat betreft het groepsrisico is dit in onze wet- en regelgeving doorvertaald naar een bestuurlijke verantwoordingsplicht. Het groepsrisico geeft de kans per jaar aan dat een groep personen van een bepaalde grootte (bijvoorbeeld 10, 100 of 1000 personen) tegelijk slachtoffer wordt van een zwaar ongeval met gevaarlijke stoffen. Het groepsrisico is een maat voor de maatschappelijke ontwrichting bij een ramp.

In de praktijk blijkt het inzichtelijk verantwoorden van het groepsrisico een lastig proces te zijn. Om die reden is het project Mal Groepsrisico bedacht. Het project wordt momenteel in het kader van de programmafinanciering VROM<sup>1</sup> uitgevoerd en zal medio 2010 een instrument opleveren ten behoeve van het inzichtelijk verantwoorden van het groepsrisico.

## 2. Uitgangspositie

Het onderliggende marketingplan is geschreven met als doel om zo veel mogelijk bekendheid aan de ontwikkeling van het instrument Mal Groepsrisico te geven, draagvlak voor het instrument te creëren en om aan de doelgroep te laten zien dat Nederland veiliger kan worden gemaakt door het instrument bij de besluitvorming over het groepsrisico toe te passen.

## 3. Werkingssfeer

Dit marketingplan is van toepassing op fase 3 en fase 4 van het project Mal Groepsrisico. Op dit moment wordt fase 3 van het project uitgevoerd waarin de Mal zal worden afgebouwd tot een compleet instrument. Naar verwachting zal het instrument medio 2010 worden opgeleverd. Daarna start fase 4 van het project waarmee het instrument aan een landelijke beheerder zal worden overgedragen. Het marketingplan moet als een richting gevend document worden beschouwd dat kan worden bijgesteld op het moment dat de dynamiek van het project Mal Groepsrisico daar om vraagt. Het marketingplan sluit volledig aan op het projectplan Mal Groepsrisico van 27 juli 2009.

## 4. Werkerterrein

Het groepsrisico is in de Nederlandse wet- en regelgeving doorvertaald naar een bestuurlijke verantwoordingsplicht die moet worden ingevuld bij de besluitvorming over een milieuvergunning, een ruimtelijk plan of een transport route voor het vervoer van gevaarlijke stoffen. Het instrument wordt ontwikkeld ten behoeve van alle Nederlandse bestuursorganen die op het gebied van de voornoemde besluitvorming een wettelijke rol vervullen. In totaal gaat het daarbij om circa 500 organisaties die bestaan uit gemeenten, provincies, milieudiensten, ministeries en veiligheidsregio's.

## 5. Missie en Visie

Ten behoeve van het instrument Mal Groepsrisico is een op het instrument afgestemde missie en visie vastgesteld die direct zijn afgeleid van de omschreven resultaatdoelstellingen zoals geformuleerd in het projectplan van het instrument.

De missie luidt: "Helpen om Nederland veiliger maken".

---

<sup>1</sup> Financieringsprogramma van het ministerie VROM ter versterking van de kwaliteit van het externe veiligheidsbeleid.

De visie luidt: “Door de toepassing van het instrument Mal Groepsrisico wordt een moderne vorm van risicobeheersing mogelijk waarin de bestuurlijke afweging van de risico’s tegen de maatschappelijke kosten en baten van een risicovolle activiteit mogelijk wordt.

## 6. Centrale probleemstelling

Bij de verantwoordingsplicht van het groepsrisico gaat het uiteindelijk om de bestuurlijke afweging van de risico’s tegen de maatschappelijke kosten en baten van een risicovolle activiteit. In de praktijk blijkt dat deze afweging van de maatschappelijke kosten en baten niet of nauwelijks in de besluitvorming wordt betrokken. Dit komt omdat het ambtenaren aan een instrument ontbreekt om deze afweging voor hun bestuurders te kunnen uitwerken. Het gevolg daarvan is dat veel bestuurders geen goed beeld hebben over hoe erg een bepaald risico eigenlijk is, of het nodig is het risico te verminderen en hoe dan, wat de maatschappelijke kosten en baten zijn en tegen welk risico uiteindelijk ja of nee wordt gezegd.

Om de hiervoor beschreven probleemstelling op te lossen wordt het instrument Mal Groepsrisico ontwikkeld. De Mal Groepsrisico is een digitaal hulpmiddel dat ambtenaren wel in staat moet stellen om het groepsrisico op een inzichtelijke manier voor hun bestuurders uit te werken.

## 7. Omgevingsanalyse

In de onderstaande SWOT-analyse zijn de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen met betrekking tot de ontwikkeling het instrument Mal Groepsrisico weergegeven.

Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nederland veiliger maken</li> <li>▪ Versterken risicoperceptie ambtenaren en bestuurders</li> <li>▪ Bevorderen samenwerking tussen hulpverleners en bevoegde gezag</li> <li>▪ Eerste vergelijkingsmodel om risico’s op waarde te kunnen schatten</li> <li>▪ Ondersteunen beleidsvrijheid bij het afwegen van risico’s</li> <li>▪ Onderschreven door Adviesraad Gevaarlijke stoffen en Kabinetsstandpunt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Complexiteit vakgebied groepsrisico is erg hoog</li> <li>▪ Discussie bij klein deel doelgroep over andere benadering wetgeving groepsrisico loopt</li> <li>▪ Verkeerde beeldvorming bij groep mensen met onvoldoende kennis van het groepsrisico</li> <li>▪ Ruimtelijke belangen om het groepsrisico niet inzichtelijk te maken</li> </ul>
Sterkten	Zwakten
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inzichtelijke verantwoording van het groepsrisico</li> <li>▪ Systematiek voor het afwegen van de balans tussen hulpvraag en hulpaanbod</li> <li>▪ Inzicht in risicoreducerende maatregelen</li> <li>▪ Afweging maatschappelijke kosten en baten van een risicovolle activiteit</li> <li>▪ Project heeft landelijk 41 deelnemers aan boord (draagvlak) van gemeenten, provincies, milieudiensten, ministeries, veiligheidsregio’s en RIVM</li> <li>▪ Gratis via internet te ontsluiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vrijwillig gebruik van het instrument</li> <li>▪ Geen goede output als gebruiker instrument niet deskundig gebruikt</li> <li>▪ Gebruiker moet zelf blijven nadenken om instrument toe te passen</li> <li>▪ Toetsing instrument kan onbedoeld als norm worden geïnterpreteerd</li> </ul>

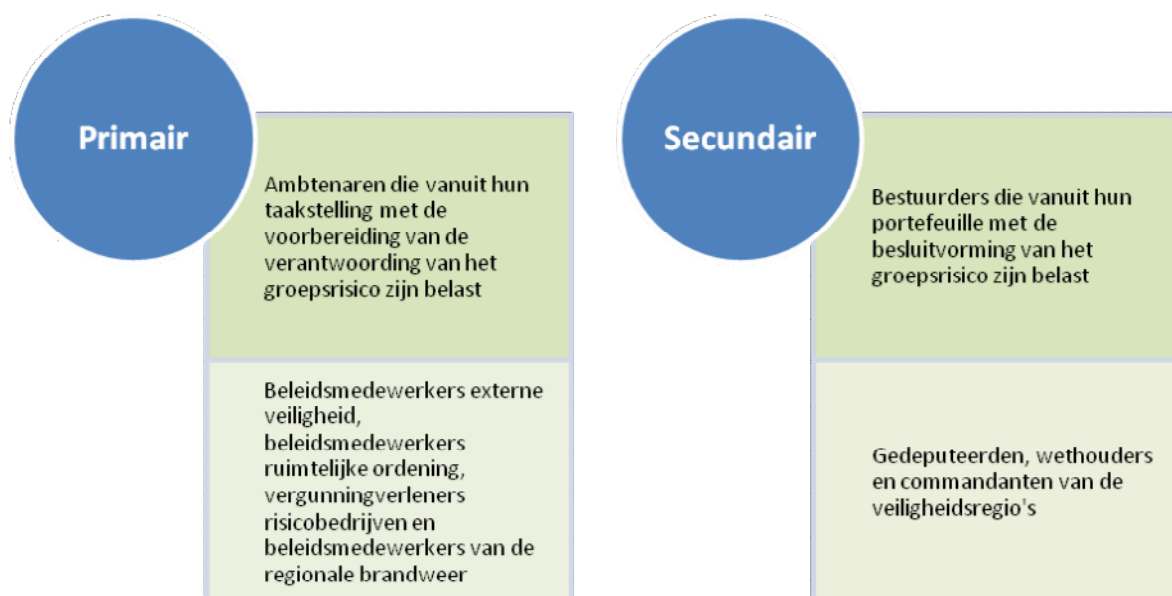
## 8. Communicatiematrix en strategische keuze

In de onderstaande tabel zijn de sterkten en zwakten en de kansen en bedreigingen met elkaar in verband gebracht en tot onderliggende communicatie strategieën vernoemd. Deze communicatie strategieën vormen het fundament onder de uitwerking van de marketingboodschap van het instrument Mal Groepsrisico.

Aanvalsstrategie:	Versterkingsstrategie:
<i>Hoe kunnen sterkten worden gebruikt om op de kansen in te spelen?</i>	<i>Hoe kunnen zwakten zodanig versterkt worden om op de kansen in te spelen?</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uitlegen waarom het instrument de lokale beleidsvrijheid kan ondersteunen</li> <li>▪ Laten zien dat het instrument bij risico knelpunten ook aan geeft hoe het dan wèl kan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uitleggen dat het instrument geen norm is maar een hulpmiddel</li> <li>▪ Laten zien dat het instrument de samenwerking tussen partijen kan bevorderen</li> </ul>
Verdedigingsstrategie:	Terugtrekstrategie:
<i>Hoe kunnen sterkten worden gebruikt om de bedreigingen af te wenden?</i>	<i>Hoe kunnen zwakten zodanig versterkt worden om de bedreigingen het hoofd te bieden?</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aan de hand van praktijk casussen laten zien dat het instrument helpt om het groepsrisico inzichtelijk te verantwoorden</li> <li>▪ Uitleggen dat het instrument in een landelijke behoefte voorziet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uitleggen welke kennis nodig is om het instrument te kunnen gebruiken</li> <li>▪ Uitleggen dat het instrument wordt ontwikkeld op basis van bestaande regelgeving</li> </ul>

## 9. Segmenteren en targets

De Mal Groepsrisico wordt ontwikkeld ten behoeve van een tweetal herkenbare en aansprekbare deelsegmenten of doelgroepen. Het plan zal zich in de uitvoering vooral op de primaire doelgroep richten omdat deze doelgroep het instrument in de praktijk gaat gebruiken. Uitgangspunt is dat de secundaire doelgroep in het kader van de besluitvormingsprocessen door de primaire doelgroep zal worden geïnformeerd. Voor de secundaire doelgroep is het plan alleen gericht op de aanbeveling om het instrument binnen hun bestuursorgaan te gebruiken.



## 10. Positioneren van het product

De Mal Groepsrisico is het eerste instrument dat in Nederland wordt ontwikkeld ten behoeve van het inzichtelijk verantwoorden van het groepsrisico. De Mal heeft daarom geen concurrentiepositie met andere instrumenten. Het instrument vult de eerder beschreven lacune op die bij de centrale probleemstelling is verwoord. Bij de positionering speelt wel het gegeven een rol dat momenteel gebruik wordt gemaakt van bepaalde beschrijvende werkmethode om het groepsrisico te verantwoorden. Op dat punt bestaat in enige concurrentie.

## 11. Bepalen van de marketing doelstelling

In de onderstaande tabel is de marketingdoelstelling vastgelegd. Met het bepalen van de percentages is er rekening mee gehouden dat de Mal Groepsrisico wordt ontwikkeld als vrijwillig te gebruiken instrument binnen een bestaand wettelijk kader.

Beschrijving doel	Datum
60% van de ambtelijke doelgroep weet dat de Mal Groepsrisico wordt ontwikkeld	December 2009
90 % van de ambtelijke doelgroep weet dat de Mal Groepsrisico wordt ontwikkeld	Juni 2010
70% van de bestuursorganen neemt deel aan een scholingsbijeenkomst (ambtenaar)	November 2010
70% van de bestuursorganen gebruikt de Mal Groepsrisico	December 2010

Het behalen van de beschreven doelen met betrekking tot de bekendheid van het instrument wordt indicatief aan de hand van contactmomenten met de doelgroep gemeten. De doelstelling met betrekking tot de scholingsbijeenkomst wordt gemeten door het aantal deelnemers van de bestuursorganen dat zich hiervoor inschrijft. En de doelstelling ten aanzien van het aantal bestuursorganen dat de Mal Groepsrisico gaat gebruiken wordt gemeten aan de hand van de registratie van gebruikers van het instrument.

## 12. Marketinginstrumenten

In de onderstaande marketingstrategie is de manier beschreven waarop de marketingdoelstelling kan worden bereikt.

### *Product*

De Mal Groepsrisico is een digitaal instrument dat is bedoeld om het groepsrisico inzichtelijk te verantwoorden. Het is het eerste instrument in zijn soort en het beste alternatief om het groepsrisico te verantwoorden ten opzichte van de traditionele werkmethode waarmee de maatschappelijke kosten en baten van een risicovolle activiteit niet goed kunnen worden afgewogen. Van de Mal Groepsrisico mag aan de hand van de huidige projectresultaten worden verwacht, dat hierdoor beter inzicht wordt verkregen in de balans tussen hulpvraag en hulpaanbod, dat beter inzichtelijk wordt gemaakt of het nodig is risicoreducerende maatregelen te treffen en welke dan, en hierdoor de groeimogelijkheden van risicobedrijven, de ruimtelijke ontwikkelingen door gemeenten en het vervoer van gevaarlijke stoffen op een maatschappelijk verantwoorde manier mogelijk blijft zodat iedereen in Nederland veilig kan wonen, werken en recreëren. Het instrument komt medio 2010 voor de doelgroep beschikbaar. Het imago van de Mal bij Nederlandse externe veiligheidsexperts kan als goed worden omschreven en het instrument zal door RIVM worden gevalideerd.

### *Prijs*

Het instrument komt gratis voor de gehele doelgroep beschikbaar.

### *Plaats*

Het instrument Mal Groepsrisico betreft een software applicatie die via internet wordt ontsloten. Er zijn in Nederland een viertal organisaties geschikt om het landelijke beheer van het instrument op zich te nemen. Dit zijn het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM), het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu (VROM), de Gemeenschappelijke beheersorganisatie van het Interprovinciaal Overleg (IPO) en de Nederlandse Vereniging van Brandweerregio's (NVBR). Met al deze organisaties zullen verkennende gesprekken worden gevoerd om na te gaan welke organisatie de beste bagage heeft om het instrument te kunnen beheren.

### *Promotie*

Ten behoeve van de presentatie van het instrument aan de markt, worden de volgende middelen gebruikt:

- Eigen herkenbare huisstijl;
- Eigen website;
- Eigen mailadres voor feedback;
- Uitbrengen nieuwsbrief;
- Interviews met specialisten ten behoeve van artikelen in de nieuwsbrief;
- Direct mailing van teasers (korte promotie filmpjes);
- Deelname aan congressen in het vakgebied;
- Critici overtuigen in persoonlijke gesprekken;
- Mondelinge promotie leden projectgroep;
- Enquête;
- Presentatie in belangrijkste landelijke overleggen overheidsorganen;
- Gebruikersbijeenkomsten;
- Instructiefilm;
- Scholingstraject.

### *Personeel en uitvoering*

De uitvoering van het marketingplan wordt aangestuurd door de projectleider en ondersteund door de projectsecretaris. Beslissingen worden in goed overleg met de hele projectgroep genomen. De marketingdoelstellingen op het gebied van presentaties en directe contacten en communicatie met de doelgroep, worden op punten door de projectleider uitgewerkt en door de gehele projectgroep uitgedragen. Feedback contacten worden onderhouden door de projectsecretaris. Ten behoeve van de vormgeving, tekstschrijven en de opzet van toepassingen zoals de enquête, teasers en de instructiefilm wordt gebruik gemaakt van een communicatieadviesbureau.



Foto: projectgroep Mal Groepsrisico juli 2009

### 13. Activiteitenplan

Het onderstaande activiteitenplan<sup>2</sup> sluit aan op de op te leveren tussen producten en het eindproduct van fase 3 en fase 4 van het project Mal Groepsrisico.

Stap	Beschrijving fase 3	Opleverdatum
1	Ontwerpen eigen huisstijl	< Juni 2009
2	Ontwerpen website <sup>3</sup>	< Juni 2009
3	Openen mailadres voor feedback	< Juni 2009
4	Deelname nationaal congres externe veiligheid (eindproduct fase 2)	Juni 2009
5	Deelname thema bijeenkomst basisnet spoor	Juli 2009
6	Uitbrengen 4 <sup>e</sup> teaser thema “bestuurlijke afweging”	September 2009
7	Presentatie externe veiligheid fora en bijeenkomsten diverse provincies	September 2009
8	Presentatie taakveld overleg ministerie VROM	September 2009
9	Presentatie Vlaamse Overheid	November 2009
10	Uitbrengen 3 <sup>e</sup> nieuwsbrief thema “kosten-batenanalyse”	December 2009
11	Schetsen verwachtingen bij Relevant Congres	December 2009
12	Uitvoeren landelijke enquête	December 2009
13	Presentatie IPO overleg Externe Veiligheid	Februari 2010
14	Externe communicatie van resultaten enquête	Februari 2010
15	Uitbrengen 5 <sup>e</sup> teaser thema “de Mal komt er aan”	Februari 2010
16	Uitbrengen 4 <sup>e</sup> nieuwsbrief thema “bestuurders en besluitvorming”	Maart 2010
17	Evaluatie testresultaten in IPO programmaleidersoverleg	Maart 2010
18	Evaluatie testresultaten landelijk overleg Rijk, IPO, VNG, Brandweer	Maart 2010
19	Presentatie bestuurders gelederen projectgroep	April 2010
20	Organiseren doelgroepen bijeenkomst om instrument te komen testen	April 2010
21	Ondertekenen bestuurlijke intentieverklaring aanbeveling gebruik Mal	Mei 2010
22	Uitbrengen 5 <sup>e</sup> nieuwsbrief thema “opleveren Mal”	Mei 2010
23	Deelname nationaal congres externe veiligheid aftrap tonen instrument	Juni 2010
Stap	Beschrijving fase 4	Opleverdatum
24	Uitbrengen 6 <sup>e</sup> nieuwsbrief start fase 4 thema “ontsluiting Mal”	September 2010
25	Ontwikkelen scholingsmodule gebruikers	September 2010
26	Uitbrengen 6 <sup>e</sup> teaser thema “aankondiging scholingsbijeenkomsten”	September 2010
27	Produceren instructiefilm	September 2010
28	Organiseren scholingsbijeenkomsten gebruikers	Oktober – Dec. 2010
29	Deelname Relevant Congres tonen van de innovatie Mal Groepsrisico	December 2010
30	Uitbrengen 7 <sup>e</sup> nieuwsbrief thema “overdracht landelijke beheerder”	December 2010

### 14. Marketingbudget

In de onderstaande tabel is op hoofdlijnen het marketingbudget van fase 3 en fase 4 van het project Mal Groepsrisico vermeld. Voor een gedetailleerde begroting wordt verwezen naar het projectplan van het project.

Fase 3	Fase 4
<b>Periode juli 2009 – juni 2010</b>	<b>Periode juli 2010 – december 2010</b>
€ 40.000,- <sup>4</sup>	€ p.m.

<sup>2</sup> Het activiteitenplan is ten behoeve van de volledigheid met terugwerkende kracht compleet gemaakt. Het plan moet als richting gevend worden beschouwd en kan worden bijgesteld op het moment dat de dynamiek van het project Mal Groepsrisico daar om vraagt.

<sup>3</sup> Zie [www.malgroepsrisico.nl](http://www.malgroepsrisico.nl)

<sup>4</sup> Bedrag exclusief het gestelde in Plan B van 7 oktober 2009.

## 15. Bijsturen en evaluatie

Om te bepalen of de marketingdoelstellingen worden behaald, worden de uitgangspunten en tussen resultaten van dit marketingplan maandelijks tussen de projectleider en de projectsecretaris geëvalueerd. Tijdens de projectbijeenkomsten vindt afstemming met de projectgroep plaats. Aan de hand hiervan kan de projectleider besluiten het marketingplan bij te stellen.

De toetsing zal ook plaatsvinden door middel van marktonderzoek. Dit gebeurt door hiertoe specifieke vragen te formuleren in de uit te voeren enquête en door feedback te halen bij de klankbordgroep, congressen en bijeenkomsten.

Ten behoeve van fase 4 van het project Mal Groepsrisico zal in samenwerking met de landelijke beheerder worden bekeken of dit marketingplan moet worden bijgesteld.



Foto: wonen, werken, recreëren en risico's.

## 16. Afbreukrisico

Bij de uitwerking van dit marketingplan moet rekening worden gehouden met de gevoeligheden die er in de wereld van de externe veiligheid bestaan. Vanwege de complexiteit van het onderwerp moeten (landelijke) deskundigen in eerste instantie persoonlijk worden benaderd en worden overtuigd. Hún positief oordeel geeft het project de wind in de rug. Een negatief oordeel zou juist remmend kunnen werken. Daarnaast moet rekening worden gehouden met besluitvormingsprocessen uit het verleden die als zij aan de Mal Groepsrisico zouden worden getoetst mogelijk het inzicht opleveren dat de risico's op een andere manier hadden kunnen worden benaderd. Op dat punt is het van belang te laten zien dat nieuwe inzichten niet tot een bedreiging hoeven te leiden.

## Bijlage 1: Geraadpleegde bronnen

- Dienstenmarketing, J. Heuvel, Wolters-Noordhoff, derde druk 2005
- Besluit externe veiligheid inrichtingen 2004 - 2009
- Regeling externe veiligheid inrichtingen 2008
- Circulaire risiconormering vervoer gevaarlijke stoffen 2008
- Rapport Adviesraad Gevaarlijke Stoffen “Risicobeleid en rampenbestrijding” d.d. 24 oktober 2008
- Rapport Adviesraad Gevaarlijke Stoffen “Brandweeradvisering” d.d. 24 oktober 2008
- Brief van de minister van VROM “kabinetsstandpunt rapporten Adviesraad Gevaarlijke Stoffen d.d. 5 juni 2009
- Eindrapport fase 2 “ontwikkeling systematiek en software Mal Groepsrisico”, d.d. juli 2009
- Projectplan Mal Groepsrisico fase 3, d.d. 27 juli 2009
- [www.malgroepsrisico.nl](http://www.malgroepsrisico.nl)
- [www.vrom.nl](http://www.vrom.nl)
- [www.verkeerenwaterstaat.nl](http://www.verkeerenwaterstaat.nl)
- [www.rivm.nl](http://www.rivm.nl)