

Advies preventieve publiekscommunicatie wolf

In het Memo aan de Staten d.d. 25 juli 2024 wordt de toezegging gedaan: 'Ten slotte ben ik van plan om eind augustus informatiebijeenkomsten voor betrokkenen te organiseren'. In lijn met deze toezegging om de omgeving goed te informeren zou het passend zijn een extra impuls te geven aan publiekscommunicatie. Meer specifiek: communicatie met een handelingsperspectief over hoe om te gaan met de wolf. Dit met als doel het risico op incidenten te verkleinen. Als provincie is het immers onze taak en bevoegdheid de wolf te 'beschermen' en ons in te spannen dat de wolf en de mens naast elkaar kunnen bestaan. Preventieve tips over hoe te handelen bij een ontmoeting met de wolf passen hierin.

Flyer als basis voor extra communicatieacties

Een onderdeel van deze op handelingsperspectieven gerichte communicatie, is de recent opgeleverde flyer met tips en een handelingsperspectief over hoe te handelen bij het zien van een wolf. In lijn met deze flyer zou het passend zijn om niet alleen met een gedrukt communicatiemiddel te werken, maar ook gebruik te maken van online mogelijkheden in de vorm een social media campagne gericht op een specifiek geografisch gebied. In dit geval Leusden en directe omgeving. Aansluitend zou het zinvol kunnen zijn om ook eenmalig een pagina-advertentie in te kopen in de Leusder Krant waarin de preventieve tips gedeeld wordt. Dit aangevuld met een feitelijke inleiding over de voorgevallen incidenten die aanleiding zijn voor zowel het advies om het gebied te mijden als het besluit van de gemeente Leusden om een noodbevel af te kondigen. Op die manier bereiken we zowel dagtoeristen en recreanten, maar ook inwoners en ondernemers uit Leusden en omliggende gemeenten binnen het leefgebied van de wolf.

Vanuit de het ambtelijk contact met de gemeente Leusden wordt vanuit communicatieadviseurs bij de gemeente in de basis positief gekeken naar bovenstaande voorstellen.

Wat is er eerder gedaan aan publiekscommunicatie?

In de afgelopen weken hebben zich in onze provincie voorvallen met wolven voorgedaan. Als organisatie hebben we hier door middel van gerichte communicatie op geanticipeerd. Sinds april 2024 hebben we als provincie op diverse fronten publiekscommunicatie uitgevoerd over de wolf. Deze publiekscommunicatie vond afwisselend online en offline plaats, waarbij de laatste weken voornamelijk de focus lag op offline communicatie. Met tot nu toe als voornaamste doelgroep bezoekers en dagtoeristen in het betreffende- en aangrenzende natuurgebied bij Leusden/Den Treek.

Wat houdt Social Advertising in?

Op sociale media kunnen we op een laagdrempelige manier veel mensen in het gespecificeerd gebied bereiken door middel van social advertising: een betaalde online campagne. Met social advertising targetten we een specifieke doelgroep door een specifiek ontvangstgebied in te stellen.

Social media gebruikers die aan dit specifieke target (gebied) voldoen, krijgen vervolgens de post te zien in hun tijdlijn op bijvoorbeeld Facebook en Instagram. Dit zijn niet alleen mensen die in dit gebied wonen, maar ook mensen die zich gedurende de looptijd van de campagne in het gebied bevinden/bevonden.

Wij adviseren om in ieder geval social advertising in te zetten, omdat:

- We op deze manier crossmediaal (offline in het gebied zelf én online) een zo groot mogelijk bereik creëren om de doelgroep te informeren en een handelingsperspectief geven
- We niet alleen dagtoeristen en bezoekers, maar ook inwoners kunnen bereiken
- We hiermee invulling geven aan onze taak om incidentloos samenleven tussen wolf en mens te bevorderen
- Het leefgebied van de wolf verder reikt dan de gemeentegrens, en de provincie hierin een logische 'verbindende rol' kan spelen
- De resultaten enorm opwegen tegen de inspanning: met weinig mankracht creëren we op een laagdrempelige manier een groot resultaat
- Dit relatief weinig geld hoeft te kosten, maar wel bijdraagt aan effectieve publiekscommunicatie onder inwoners in het gebied

Doel

Het doel is het informeren van inwoners, dagtoeristen en bezoekers van het gebied, door het online onder de aandacht brengen van de (meest) recentelijk ontwikkelde folder. In deze folder wordt een duidelijk handelingsperspectief gegeven over hoe om te gaan met de wolf. Wij adviseren daarom om in het bericht door te verwijzen naar de onlineversie van de folder, zodat ontvangers hier met slechts één klik direct naartoe worden geleid, en/of de algemene informatieve pagina over de wolf op de provinciewebsite.

Gezien het feit dat het om inwoners, dagtoeristen en bezoekers gaat, adviseren wij om gebruik te maken Facebook en Instagram.

Om te zorgen voor consistentie en herkenbaarheid, maken we gebruik van de provinciale huisstijl. Hier haken we onze interne vormgever voor aan.

De exacte looptijd van de campagne moet nog bepaald worden.

Publiekscommunicatie april – mei 2024 (overzicht)

Sinds mei 2024 heeft de provincie diverse keren gecommuniceerd over de wolf. Alle uitgevoerde én lopende communicatie staat weergegeven in het onderstaande overzicht.

Periode	Middel	Inhoud/doel
April	Provinciepagina huis-aan-huiskrant (klein artikel)	Informeren over aanwezigheid wolf
Mei	Provinciepagina huis-aan-huiskrant (groot artikel)	Informeren over DNA-onderzoek door wolvenmeldpunt
Mei	Informatiebordjes in natuurgebieden	Informeren over aanwezigheid wolf, bieden van handelingsperspectief
Mei	Lichtkar natuurgebied	Informeren over afsluiting natuurgebied i.v.m. leefgebied wolf

Juni	Informatiefolder Wolven in Nederland	Informereren over wolf, leefgebied en terugkeer in Nederland. Doelgroep: wandelaars, recreanten en campingbezoekers.
Juli	Nieuwsbericht op website en social media berichten op LinkedIn, X en Facebook	Informereren over incident met hond, bieden van handelingsperspectief
Juli	Informatiefolder Wolven in de provincie Utrecht	Informereren over wolf en bieden van handelingsperspectief. Doelgroep: bezoekers en dagtoeristen aangrenzend gebied. Verspreid onder diverse campings en ondernemers (500 stuks).