

Verslag IWSA-workshop Public Relations in Madrid

Goed omgaan met crisis-situaties vereist open bedrijf

In goede tijden zie je en hoor je ze bijna niet, maar als er zich een crisis-situatie voordoet zijn ze er als de kippen bij: journalisten. De bereidheid van een (waterleiding)bedrijf om ook dan openheid van zaken te geven is dan van cruciaal belang. Dat was de belangrijkste conclusie van de IWSA-workshop Public Relations over crisismanagement. De bijeenkomst werd gehouden van 27 tot en met 30 mei jl. in Madrid bij het Spaanse waterleidingbedrijf Canal de Isabel II.

Crisisplan

Elke voorlichter of pr-functionaris moet er altijd op voorbereid zijn dat er zich een crisis-situatie kan voordoen. Voorbereiding is daarbij het halve werk. Daarom is het noodzakelijk een crisisplan bij de hand te hebben, waarin aspecten aan de orde komen zoals het formeren van een crisis-team en het formuleren van de taakstelling ervan, het omgaan met de media en de betrokken afnemers, het informeren van de eigen medewerkers en gezondheidsorganisaties en overheidsinstellingen. De deelnemers werden tijdens de workshop ingedeeld in werkgroepen en kregen de opdracht zo'n crisisplan op te stellen en uit te werken. Vooral het omgaan met de media kreeg daarbij de nodige aandacht.

Noorse bacterie

Openheid van zaken geven bleek niet voor elk waterleidingbedrijf een vanzelfsprekende zaak te zijn. Dat bleek uit de bijdrage uit Noorwegen. Twee jaar geleden deed er zich in dit land een besmetting voor met een bacterie die volgens het Osloose waterleidingbedrijf onschuldig was en dus geen gevaar opleverde voor de volksgezondheid. Toen de besmetting werd ontdekt, werd er extra chloor toegevoegd aan het drinkwater, maar het waterleidingbedrijf verzuimde de pers en de afnemers hierover te informeren. Toen de journalisten over de situatie publiceerden, was de boot aan. Een storm van negatieve publicaties was het gevolg en de telefoons stonden roodgloeiend van verontruste klanten die een sterke chloorsmaak in het drinkwater ontdekten. Door alsnog alle zeilen bij te zetten, kon het (negatieve) tij uiteindelijk worden gekeerd.

Het Franse waterleidingbedrijf Lyonnaise des Eaux heeft sinds kort een crisisplan opgesteld. Daarbij heeft de afdeling p.r. nogal wat weerstanden moeten wegwerken bij de eigen (staf)medewerkers, die veelal een technische achtergrond hadden en nogal sceptisch tegenover een crisisplan stonden. Inmiddels hebben zij een speciale crisistraining

gekregen en zijn ze anders gaan denken over het omgaan en het verstrekken van informatie tijdens crisis-situaties.

Zwitserse wetgeving

De Zwitserse VEWIN heeft twee jaar geleden in samenwerking met de overheid een wetgeving voor crisis-situaties (oorlog, verdroging, chemische verontreiniging, technische mankementen) opgesteld. Er zijn daarin drie fases te onderscheiden. De eerste drie dagen dienen alle Zwitsersers zichzelf van drinkwater te voorzien. De

gevoerd met organisaties en instellingen als gemeenten en consumentenorganisaties. Het bedrijf onderhoudt tenslotte warme relaties met de pers.

Tuinsproeien

Engeland is niet het eerste land waar je aan denkt als het gaat om verdroging. Toch had het Engelse waterleidingbedrijf Anglian Water er drie jaar geleden mee te maken. Het was zelfs zo ernstig, dat de overheid gedurende een bepaalde periode het tuinsproeien verbood. Via adverten-



wet schrijft voor dat iedereen een drinkwatervoorraad thuis dient te hebben voor tenminste drie dagen. Tot drie maanden kan de drinkwatervoorziening worden gewaarborgd door speciale mobiele nooddrinkwatersystemen. Tenslotte onderscheidt men de reconstructiefase, waarin wordt gewerkt aan het herstel van de normale drinkwatervoorziening.

Spaanse verdroging

Anderhalf jaar geleden begon de droogte in Spanje ernstige vormen aan te nemen. Bij het gastbedrijf Canal de Isabel II werden naast technische maatregelen (alternatieve drinkwaterbronnen) en wetgevende maatregelen (restricties op waterverspillende activiteiten zoals het tuinsproeien) ook diverse activiteiten op het gebied van voorlichting ondernomen. Via diverse televisiespots, stickers, brochures en andere communicatiemiddelen werd de consument gewezen op de ernst van de verdroging. Voor kinderen van 7 tot 9 jaar ontwikkelt Canal de Isabel II op dit moment een onderwijsprogramma gericht op waterbesparing. Bovendien wordt regelmatig overleg

ties, een televisie- en postercampagne en brochures werd de consument bewust gemaakt van de situatie. Met de pers werden intensieve relaties onderhouden. De spreekster wees erop dat adequaat reageren, eenvoud en eenduidigheid van de boodschappen hierbij sleutelwoorden waren.

Het Spaanse waterleidingbedrijf van Sabadell had te maken met een crisis van een heel andere orde. Consumenten, vakbonden en andere organisaties sloegen twee jaar de handen ineen om de druk op de overheid en het waterleidingbedrijf op te voeren om de belasting op drinkwater af te schaffen. Het hoofd p.r. benadrukte dat het van groot belang is journalisten nooit af te schepen met vage antwoorden of ze geen commentaar te geven. De workshop werd afgesloten met een tweedaags bezoek aan de historische steden Segovia en Avila.

Carolien Hovenier
Voorlichting VEWIN

