

BTO 2019.023 | Mei 2019

BTO rapport

Risicoperceptie

BTO

Risicoperceptie

BTO 2019.023 | Mei 2019

Opdrachtnummer

402045/050

Projectmanager

Dr. Patrick Bauerlein

Opdrachtgever

BTO - Thematisch onderzoek
TG Chemische Veiligheid, TG Klant, en TG Zuivering

Kwaliteitsborger(s)

Prof. Dr. Kees van Leeuwen

Auteur(s)

Dr. Stijn Brouwer, drs. Sigrid van den Berg, drs. Nicole Nijhuis, dr.ir. Roberta Hofman, Nicolien van Aalderen MSc, Dr. Yuki Fujita, Dr. Emmy Bergsma, Rosa Sjerps MSc.

Verzonden aan

Dit rapport is verspreid onder BTO-participanten.
Een jaar na publicatie is het openbaar.

Jaar van publicatie
2019

Meer informatie

Dr. Stijn Brouwer
T 030 60 69 662
E stijn.brouwer@kwrwater.nl

Keywords

Klant, Klantperspectieven,
Participatie, Risicoperceptie

Postbus 1072
3430 BB Nieuwegein
The Netherlands

T +31 (0)30 60 69 511
F +31 (0)30 60 61 165
E info@kwrwater.nl
I www.kwrwater.nl



BTO 2019.023 | Mei 2019 © KWR

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

BTO *Managementsamenvatting*

Transparantie en informatie op maat ondersteunen het vertrouwen van klanten in drinkwaterbedrijven en kraanwaterkwaliteit

Auteur(s) Dr. Stijn Brouwer, drs. Sigrid van den Berg, drs. Nicole Nijhuis, dr.ir. Roberta Hofman, Nicolien van Aalderen MSc, Dr. Yuki Fujita, Dr. Emmy Bergsma, Rosa Sjerps MSc.

Drinkwaterklanten hebben veel vertrouwen in zowel de veiligheid van Nederlands kraanwater als de drinkwaterbedrijven maar hebben desgevraagd behoefte aan meer transparantie over en duiding van gegevens over de drinkwaterkwaliteit. Zo blijkt uit een uitgebreid kwalitatief en kwantitatief onderzoek onder klanten. Daarbij hebben verschillende groepen klanten verschillende wensen, behoeften en percepties, bijvoorbeeld van eventuele risico's. Deze subjectieve risicobeleving verschilt vaak van technische (objectieve) risicoberekeningen; een factor waarmee drinkwaterbedrijven zeker rekening kunnen houden in hun klantcommunicatie. De drinkwatersector is al bezig om meer transparantie te bieden en de resultaten van dit onderzoek geven aan dat dit een belangrijke factor is bij het behouden en versterken van het klantvertrouwen. Daarnaast is het voor het vertrouwen van de klant beter te focussen op de inspanningen in drinkwaterzuivering en -controle dan op (het niet overschrijden van) de gestelde kwaliteitsnormen bij communicatie over drinkwaterkwaliteit. Andere adviezen zijn om bijvoorbeeld op de website informatie beeldend en in verschillende vormen aan te bieden voor verschillende klantgroepen en blijvend en actief via sociale media te communiceren.



Risicopercepties van klanten zijn subjectief maar niet minder reëel dan van technische risicoberekeningen

Belang: inzicht in subjectieve risicobeleving en informatiebehoeften van klanten

Doeltreffend communiceren over de aanwezigheid van stoffen in kraanwater en drinkwaterbronnen vormt een steeds grotere uitdaging door ontwikkelingen in de beschikbaarheid en toegankelijkheid van data, het

gebruik van communicatiemiddelen en een minder vanzelfsprekend vertrouwen in overheid en wetenschap. De manier waarop klanten hun blootstelling aan een risico ervaren en inschatten is subjectief en verschilt vaak van de objectieve technische risicoberekeningen, maar vormt een

belangrijke factor waarmee drinkwaterbedrijven rekening moeten houden. In deze studie is daarom onderzocht hoe verschillende klantgroepen naar risico's kijken en in kaart gebracht hoe zij geïnformeerd willen en kunnen worden over de kwaliteit van kraanwater en welke manier van informeren het vertrouwen in drinkwater maximaal behoudt en versterkt.

Aanpak: literatuuronderzoek, website-analyse, vragenlijsten, interviews en focusgroepen

De gegevens voor deze studie zijn verzameld met een combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek, waaronder:

- een literatuurstudie naar de maatschappelijke context en achterliggende factoren van risicopercepties;
- een analyse van verschillende websites om vast te stellen hoe drinkwaterbedrijven op dit moment communiceren over de veiligheid en kwaliteit van kraanwater;
- een online kwantitatieve vragenlijst en 24 follow-up interviews met klanten;
- 4 interviews met communicatiespecialisten van drinkwaterbedrijven;
- 5 focusgroepen met in totaal 40 drinkwaterklanten om inzicht te krijgen in hun informatiebehoefte en het effect van transparantie.

Resultaten: overwegend vertrouwen, zorgen bij specifieke groepen, veel behoefte aan transparantie

De overgrote meerderheid van klanten vertrouwt op de veiligheid van Nederlands kraanwater, maar specifieke klantgroepen hebben zorgen over de kwaliteit, bijvoorbeeld over het voorkomen van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater, ook wanneer de gehalten onder de wettelijke normen vallen.

Hoe groot klanten de risico's ervaren en hoeveel zorgen zij zich maken, blijkt aanzienlijk te verschillen tussen verschillende klantperspectieven (die uitgebreid staan beschreven in het rapport BTO 2018.033). Met name klanten met het zogenaamde egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief maken zich significant vaker zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het Nederlandse kraanwater. Ook vrouwen (met kinderen) en lager opgeleide klanten maken zich vaker zorgen hierover.

Klanten verschillen onderling sterk in hun wensen rond het type, het detailniveau en de hoeveelheid informatie

die zij willen krijgen, maar het valt op dat zij vrijwel eensgezind zijn over hun grote behoefte aan transparante informatie over de aanwezigheid van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater. Niet omdat zij meetreeksen van alle stoffen ook daadwerkelijk zullen lezen, maar omdat ze het een teken van betrouwbaarheid vinden wanneer deze informatie beschikbaar is en niets wordt achtergehouden.

Implementatie: zet transparantie door en gebruik handvatten voor communicatie over drinkwaterkwaliteit

De drinkwatersector is al begonnen om meer transparantie te bieden over het voorkomen van lage concentraties lastig te verwijderen stoffen in kraanwater. Dit sluit goed aan bij de behoeften van klanten. Daarbovenop zijn er verschillende handvatten waarmee de drinkwatersector de communicatie over de waterkwaliteit vorm kan geven:

- Verwijs minder naar de norm bij communicatie over waterkwaliteit, en meer naar de eigen inspanningen rond drinkwaterzuivering en -controle. Normen worden beschouwd als abstract en politiek, en onderhevig aan lobby, terwijl het vertrouwen in de kennis en kunde van drinkwaterbedrijven opvallend groot is.
- Bedenk dat verschillende klantgroepen dezelfde informatie heel anders kunnen beleven en houd daarmee rekening bij het opstellen van informatieboodschappen, inclusief grafisch materiaal. Bied informatie op maat aan in meerdere lagen op de website en zet je blijvend en actief in op sociale media.
- Veel klanten hebben behoefte aan informatie en duiding over de samenstelling van kraanwater. Hierbij is het belangrijk om informatie over de kwaliteit te duiden en in perspectief te plaatsen. Bedenk dat klanten eenheden vaak moeilijk te bevatten vinden als ze zich een voorstelling willen maken van het risico en maak daarom bijvoorbeeld vergelijkingen om de gegevens beeldend te verduidelijken ("evenveel als een paracetamol opgelost in een olympisch zwembad").

Rapport

Dit onderzoek is beschreven in rapport *Risicoperceptie* (BTO 2019.023).

Inhoud

1	Introductie	4
1.1	Aanleiding	4
1.2	Methode	5
1.3	Uitgangspunt: segmentering op basis van klantperspectieven	8
1.4	Leeswijzer	10
2	Risicopercepties - literatuurstudie	11
2.1	“Het risicoperceptiegat”	11
2.2	Oorzaken van het risicoperceptiegat	12
2.3	Risicopercepties en kraanwater	18
2.4	Lessen uit een andere praktijk: voedselveiligheid	20
2.5	Betekenis voor communicatie	21
3	Communicatie over waterkwaliteit in de drinkwatersector	24
3.1	Inleiding	24
3.2	Inhoud website	24
3.3	Algemene communicatiestrategie	26
3.4	Strategie website	28
3.5	Overige communicatiekanalen	30
3.6	Resultaten en toekomst	32
4	Risicoperceptie – empirische bevindingen (i)	35
4.1	Inleiding	35
4.2	Veilig kraanwater	35
4.3	Veiligheid in de tijd	38
4.4	Gepercipieerde kwaliteit en veiligheid	41
4.5	Zorgen over de kwaliteit en veiligheid	43
4.6	Kraanwater in perspectief	47
4.7	Perceptie van niet-natuurlijke stoffen	48
4.8	Gepercipieerde veiligheid en de normen	52
4.9	Zorgen en media	55
5	Kennis en informatie – empirische bevindingen (ii)	58
5.1	Inleiding	58
5.2	Kennis	58
5.3	Informatiebehoefte	59
5.4	Informatiebronnen	61
5.5	Institutioneel vertrouwen	64
5.6	Inzichten uit aanvullende interviews	68
6	Behoeftte aan en effect van transparantie – empirische bevindingen (iii)	69
6.1	Inleiding	69
6.2	Effect van transparantie	69

6.3	Identieke teksten: grote verschillen in reacties	73
6.4	Zorgen over de norm	80
6.5	Specifieke zorgen en behoeften	82
6.6	Weergave	86
6.7	Behoeftte aan verschillende lagen	88
7	Samenvatting en conclusies	90
7.1	Algemene lessen	90
7.2	Lessen met handvatten voor communicatie over waterkwaliteit	93
8	Referenties	98
	Bijlage I Achtergrondgegevens steekproef	101
	Bijlage II Schriftelijke vragen focusgroepen	105
	Bijlage III Teksten focusgroepen	107
	Bijlage IV Kwalitatieve analyse focusgroepen	117

1 Introductie

1.1 Aanleiding

Als gevolg van economische groei, bevolkingstoename, vergrijzing, intensivering van productie en gebruik van chemische stoffen, intensieve landbouw en veeteelt, langere perioden van verlaagde rivierafvoer als gevolg van klimaatverandering (Wuijts et al. 2011), en vooruitgang in de analytische chemie, neemt het aantal stoffen dat in bronnen voor de productie van drinkwater wordt aangetroffen snel toe (Sjerps et al. 2016, 2017; Bernhardt et al. 2017). Door ontwikkelingen in de beschikbaarheid en toegankelijkheid van data, het gebruik van communicatiemiddelen en een minder vanzelfsprekend vertrouwen in overheid en wetenschap, wordt communicatie over de aanwezigheid van antropogene stoffen in kraanwater en bronnen alsmaar uitdagender. Dit geldt ook voor de inspanning die de sector levert om de drinkwaterkwaliteit veilig te stellen. Risicoperceptie wordt daarom in toenemende mate gezien als een thema waaraan de drinkwaterbedrijven aandacht willen besteden. Zo hebben casussen rond pyrazool en GenX geïllustreerd dat klanten een negatieve perceptie kunnen hebben ten aanzien van chemische stoffen en de bewaking van waterkwaliteit vanuit de overheid. Ook blijkt dat media en informatievoorziening van invloed zijn op de beeldvorming en het klantvertrouwen.

De sectorbrede intentie tot meer transparantie over het voorkomen van lage concentraties lastig te verwijderen chemische stoffen in kraanwater, vormt de aanleiding om klanten een correcte en begrijpelijke duiding van meetgegevens en risico's te willen bieden, waarmee zij geïnformeerd worden, en tevens het vertrouwen maximaal behouden en versterkt kan worden. Om een communicatiestrategie en communicatiemiddelen voor dit doeleinde te ontwikkelen, is meer inzicht gewenst in (de achterliggende mechanismen van) klantvertrouwen in het drinkwater(bedrijf) en de informatiebehoefte van verschillende (groepen) klanten. Dit onderzoek voorziet in die behoefte. Specifieke focus ligt daarbij op de perceptie ten aanzien van drinkwaterkwaliteit en in het bijzonder de aanwezigheid van antropogene stoffen. Dit in de context van het bewustzijn over het snel stijgend maatschappelijk gebruik van chemische stoffen en de perceptie van chemische kwaliteit via andere mogelijke blootstellingsroutes. Uiteindelijk zal deze kennis ertoe kunnen bijdragen dat klanten hun drinkwaterbedrijf als een betrouwbare en transparante organisatie blijven beschouwen die ze kunnen raadplegen wanneer zij behoefte hebben aan informatie over de (chemische) kwaliteit van drinkwater(bronnen). Voorliggend onderzoek richt zich hierbij niet op calamiteiten en crisiscommunicatie, maar op de algemenere en achterliggende perceptie, duiding en behoeften.

In de volgende sectie komt de methode van dit onderzoek aan bod, gevolgd door een sectie waarin een belangrijk uitgangspunt van deze studie beschreven staat, te weten klantsegmentering op basis van subjectieve perspectieven. Dit hoofdstuk sluit af met een leeswijzer voor de rest van het rapport.

1.2 Methode

Om de percepties, behoeften en beleving van klanten over de aanwezigheid van antropogene stoffen in kraanwater en bronnen systematisch in kaart te brengen, is in deze studie gewerkt met verschillende methoden van dataverzameling, waarbij een combinatie is gemaakt tussen kwalitatief en kwantitatief onderzoek.

1.2.1 Literatuurstudie

In de eerste plaats is een literatuuronderzoek uitgevoerd, voortbouwend op eerder KWR-literatuuronderzoek (Baken 2014) waarin is gekeken naar mogelijke oorzaken van risicopercepties op chemische stoffen in drinkwater. In de voorliggende studie is dit literatuuronderzoek uitgebreid door expliciet ook te kijken naar achterliggende culturele en politieke factoren, en naar veranderingen in de bredere maatschappelijke context die hedendaagse risicopercepties beïnvloeden.

1.2.2 Website-analyse

Om vast te stellen hoe drinkwaterbedrijven op hun website communiceren over de veiligheid en kwaliteit van kraanwater, zijn de sites van de verschillende bedrijven geanalyseerd. Op deze websites is nagegaan wat er staat over:

- de samenstelling van kraanwater,
- parameters,
- de aanwezigheid van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater,
- gezondheidseffecten van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater,
- de achtergrond van normen,
- controle van de kwaliteit en veiligheid van kraanwater,
- verontreinigingen van grond/oppervlaktewater,
- het proces van zuivering,
- andere argumenten om de kwaliteit en veiligheid van kraanwater te benadrukken,
- het toevoegen van stoffen aan kraanwater door drinkwaterbedrijven, en
- de kwaliteit van kraanwater voor specifieke doelgroepen.

Daarnaast is ook gekeken naar de toon van de informatie, de vorm (tekst, beeld, video), lagen van informatie en overige opvallende zaken. De bevindingen zijn vervolgens besproken met communicatiespecialisten om een beeld te krijgen van de huidige communicatiestrategieën van drinkwaterbedrijven als het gaat om de veiligheid en kwaliteit van kraanwater.

1.2.3 Kwantitatieve vragenlijst

Voor het kwantitatieve onderdeel van deze studie is gebruik gemaakt van een online vragenlijst met een reeks Likertschaal-vragen, een aantal openvragen, en een aantal meerkeuzevragen verdeeld over de thema's (i) kraanwater, (ii) kwaliteit en veiligheid van kraanwater, (iii) informatie over kraanwater, (iv) de achtergrond van de respondent. De vragen over de achtergrond van de respondent zijn toegevoegd om te kunnen kijken waar mogelijke relaties zitten tussen (risico)percepties en kenmerken zoals leeftijd, geslacht, en plaats. In zijn totaliteit omvatte de vragenlijst ruim 30 vragen, waarvan afhankelijk van de specifieke routing gemiddeld 27 vragen aan iedere respondent zijn voorgelegd.

Voordat de vragenlijsten door een gespecialiseerd selectiebureau zijn uitgezet onder een representatieve groep klanten binnen Nederland is de vragenlijst besproken, aangescherpt en verbeterd door een vruchtbare coproductie tussen de KWR-

onderzoekers en drinkwaterprofessionals uit de projectgroep Risicoperceptie, samengesteld uit leden van zowel BTO TG Chemische Veiligheid als TG Klant.

De steekproef bestaat uit totaal 1057 ingevulde vragenlijsten onder inwoners van Nederland van 18 jaar en ouder, waarbij geworven is via het CG Panel en via werving door panelpartner Panelinzicht.¹ Om de deelname aan de vragenlijst te vergroten zijn er bol.com-bonnen verloot, en heeft panelpartner incentives uitgereikt. Er zijn gestratificeerde, gewogen steekproeven getrokken. Er is niet achteraf gewogen. De veldwerkperiode liep van 30-05-2018 tot 12-06-2018.

Onderlinge relaties tussen de enquêteresultaten zijn getoetst op hun statistische significantie met verschillende statistische methoden. Voor binaire klanteigenschappen zoals het wel/niet hebben van kinderen is de Mann-Whitney U test toegepast. Deze test toetst of er significant verschil is in de respons van klanten tussen twee categorieën. Voor klanteigenschappen met een ordinale verdeling zoals opleidingsniveau en leeftijdscategorieën is de Spearman rangcorrelatie-test toegepast. Deze test toetst of de respons van klanten een lineaire correlatie vertoont met de ordinale klanteigenschap.

Naast binaire en ordinale verdelingen zijn er klantkenmerken met een nominale verdeling, waarbij categorieën zijn gedefinieerd die geen bepaalde orde kennen. Voorbeelden hiervan zijn de klantperspectieven (perspectief wij, ik, jullie en zij) en de gepercipieerde bron van het kraanwater (oppervlaktewater, duinwater, grondwater). De relaties tussen enquêteresultaten en de klantkenmerken met een nominale verdeling zijn onderzocht met de Chi-kwadraat toets. De nulhypothese is hierbij dat de resultaten onafhankelijk zijn van het klantkenmerk, zoals het perspectief of de gepercipieerde bron. De Chi-kwadraat toets is uitgevoerd op de resultaten van de perspectieven en bronnen, en apart voor de resultaten voor elk perspectief en elke bron versus de resultaten van de overige perspectieven/bronnen.

Een relatie tussen klantrespons en klanteigenschappen is 'significant' genoemd als de kans op toeval klein is binnen deze steekproef ($p \leq 0,05$). Klanten die 'weet niet' als antwoord hebben gegeven zijn niet meegenomen in de toetsen.

1.2.4 Kwalitatieve interviews

Om de resultaten van de statische analyse te duiden, zijn aanvullende interviews uitgevoerd. Tijdens het invullen van de vragenlijst is aan de respondenten gevraagd of zij wilden meewerken aan deze interviews; uit de groep die hiertoe bereid was zijn 24 respondenten geselecteerd voor een aanvullend telefonisch interview. Deze selectie is gebaseerd op het klantperspectief: uit elk klantperspectief zijn ongeveer evenveel mensen geïnterviewd om een goed beeld te krijgen van de factoren die verschillende risicopercepties vormgeven.

De interviews waren gestructureerd met behulp van een vooraf opgestelde vragenlijst. Deze vragenlijst ging vooral dieper in op de oorzaken achter risicopercepties: waarom is er vertrouwen of wantrouwen in kennis en instituties, hoe komt het dat de drinkwaternormen het veiligheidsgevoel (niet) versterken, en naar welke informatie zijn drinkwaterklanten vooral op zoek (geweest)?

De antwoorden van de respondenten zijn opgenomen in een tabel, en daarna gecodeerd op basis van kernwoorden die terugkwamen in de antwoorden. Antwoorden op de vraag waarom kraanwater door respondenten als veilig werd ervaren, zijn

¹ De achtergrondgegevens van de respondenten zijn weergegeven in Bijlage I.

bijvoorbeeld gecodeerd als: vertrouwen in goede zuivering en controle, goede (bescherming) bronnen, weinig/minder stoffen in milieu, goede verhalen gehoord over kraanwater in Nederland, nooit slechte verhalen gehoord over Nederlands drinkwater, vertrouwen informatievoorziening verantwoordelijke instanties, en geen eigen negatieve ervaringen met Nederlands drinkwater. De vraag waar de Nederlandse drinkwaterkennis zich wel (of niet) bevindt, is gecodeerd als: drinkwaterbedrijven, waterschappen, wetenschap, regulerende en controle-instanties, de media en consumenten. En antwoorden op de vraag naar het gevoel bij de drinkwaternormen, kwamen de volgende categorieën antwoorden naar boven: de normen geven een garantie op zekerheid, de normen geven voldoende garantie op veiligheid ten opzicht van andere risicofactoren, de normen worden vertrouwd want experts zeggen het en ze hebben altijd gewerkt, de normen worden niet vertrouwd want ze zijn politiek, en de normen zijn niet streng genoeg.

In dit document worden de resultaten van de statistische analyse waar relevant aangevuld met de resultaten uit de aanvullende interviews om de bevindingen te duiden. Waar de statistische analyse een goed beeld geeft van de (verschillende) risicopercepties van drinkwaterklanten, geven de resultaten van de aanvullende interviews met name meer inzicht in de factoren die ten grondslag liggen aan deze risicopercepties.

Behalve de 24 interviews met klanten zijn in dit onderzoek vier interviews uitgevoerd met communicatiespecialisten van vier verschillende drinkwaterbedrijven: twee telefonische interviews en twee face-to-face interviews. In deze interviews is gebruikgemaakt van de bevindingen uit de website-analyse, met als doel een beeld te krijgen van de huidige communicatiestrategieën van drinkwaterbedrijven als het gaat om de veiligheid en kwaliteit van kraanwater. De interviews waren gestructureerd met behulp van een vooraf opgestelde vragenlijst. Deze vragenlijst ging vooral dieper in op de huidige, brede communicatiestrategie van de bedrijven, de samenhangende uitdagingen, alsmede de toekomstvisie in relatie tot zowel transparantie als risicoperceptie. Van alle interviews is een uitwerking gemaakt, die voor analyse altijd eerst is teruggekoppeld naar de respondent ter aanvulling en controle.

1.2.5 Focusgroepen

Voortbouwend op de literatuurstudie, de kwalitatieve vragenlijst en de interviews zijn binnen dit onderzoek vijf focusgroepen met steeds acht deelnemers georganiseerd. Kort gezegd is een focusgroep een informele discussie tussen een klein aantal personen over een bepaald onderwerp. De discussie wordt begeleid door één of twee moderators. Zij sturen de discussie door het stellen van (een beperkt) aantal vragen en door het activeren van stillere personen. Verder verloopt het gesprek spontaan en kunnen de deelnemers inbrengen wat ze zelf willen en kunnen ze reageren op elkaar. De focusgroep-benadering wordt in de praktijk voor zeer uiteenlopende doelen en door zeer verschillende organisaties gebruikt. De methode is populair in de marketing, in diverse onderzoekstradities, maar wordt ook regelmatig door politieke partijen gebruikt om te weten wat er in 'de' samenleving speelt (Morgan, 1998).

Alle 40 deelnemers zijn geworven en geselecteerd door een extern bureau, waarbij gelet is op een evenwichtige spreiding in geslacht, leeftijd, en opleidingsniveau. Daarnaast - en dit was het belangrijkste criterium - zijn de deelnemers geselecteerd op basis van hun drinkwaterperspectief. Hiertoe hebben alle potentiële deelnemers als onderdeel van de selectie dezelfde indelvingsvraag gebruikt als in het klantperspectieven onderzoek (Brouwer & Sjerps, 2018). Per perspectief is een aparte focusgroep

georganiseerd, met uitzondering voor het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik)-perspectief waarvoor twee aparte focusgroepen zijn georganiseerd: één voor hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief en één voor praktisch of laagopgeleide egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief klanten. Dit omdat uit de surveyresultaten van deze studie blijkt dat: (i) deze groep klanten zich het meeste zorgen maakt; en (ii) de (informatie)behoefte en percepties sterk verschillen tussen hoog- en laagopgeleide klanten.

Alle vijf de focusgroepen zijn integraal opgenomen en getranscribeerd. De getypte verslagen zijn vervolgens systematisch vergeleken en geanalyseerd.

Verloop focusgroep

Na een korte introductie over het doel en de opzet van de focusgroep is gestart met een korte voorstelronde. Door de onderzoekers is in deze fase hun onafhankelijkheid benadrukt en aangegeven dat er geen goede en slechte antwoorden bestaan, maar dat het doel erin gelegen was zo goed mogelijk de perceptie van de deelnemers te begrijpen.

Voordat begonnen is met een inhoudelijke discussie is de deelnemers gevraagd om een aantal schriftelijke vragen te beantwoorden over de ervaren kwaliteit van kraanwater, zie Bijlage II. Dit als een zogenaamde nulmeting. Aan het einde van het focusgroeps gesprek over risicoperceptie hebben de deelnemers nogmaals deze vragen beantwoord. Gedurende de focusgroep hebben de deelnemers verschillende teksten gelezen, om deze vervolgens primair te bespreken. De opzet, achtergrond en de teksten zelf zijn opgenomen in Bijlage III.

1.3 Uitgangspunt: segmentering op basis van klantperspectieven

Hoewel er vaak nog gesproken wordt over de voorkeuren of wensen van 'de gemiddelde drinkwaterklant' of 'de meerderheid van de klanten', wijzen tientallen studies uit dat er wel degelijk sprake is van verschillen tussen diverse groepen klanten (Fife-Schaw et al., 2007). Klassieke segmentatie gaat uit van het opdelen van een algemene groep gebaseerd op karakteristieken of gedragingen. Dit kan een geografische segmentatie, demografische segmentatie (leeftijd, levensfase, geslacht, religie e.d.), sociaaleconomische segmentatie (opleiding, inkomen e.d.) en/of gedragsbeschrijvende segmentatie (koopbereidheid e.d.) betreffen. Wanneer we het hebben over het risicoperceptie en drinkwater, duidt onderzoek erop dat met name de parameters wel/niet zwanger, het wel/niet hebben van jonge kinderen, alsmede het wel/niet ziek zijn van invloed te zijn (Rundblad et al., 2013). In de huidige studie zal er dan ook extra ingezoomd worden op deze parameters.

Wellicht nog belangrijker dan dergelijke 'harde' sociaal-demografische verschillen zijn echter nog de 'zachte' verschillen in leefstijlen. Verschillende mensen kijken immers op verschillende manieren naar water, houden er verschillende gedragspraktijken op na en denken en handelen vanuit verschillende perspectieven (Hegger, Spaargaren, van Vliet, & Frijns, 2011). Aan de basis daarvan ligt een diversiteit aan leefstijlen, wereldbeelden, waarden, doelen en motivaties. Zo stellen Po (2005) dat veel meer dan demografische kenmerken het met name individueel psychologische eigenschappen en attitudes zijn die verschillen tussen bijvoorbeeld de mate van vertrouwen in kraanwater kunnen verklaren. Naast de klassieke segmentatie wordt daarom dan ook vaak gekeken naar

een moderne vorm van segmentatie, gebaseerd op persoonlijke opvattingen, waarden en normen. Een specifieke studie binnen deze moderne segmentatie, die zich richt op de subjectieve belevingswereld van de huishoudelijke drinkwaterklant in Nederland, heeft vorm gekregen binnen het BTO (Brouwer, Pieron, Sjerps, & Schalkwijk, 2016). In deze studie is naar voren gekomen dat er onderscheid gemaakt kan worden tussen vier verschillende klantperspectieven.

- Bewust & betrokken, oftewel het 'wij'-perspectief
- Egocentrisch & kwaliteitsgericht, oftewel het 'ik'-perspectief
- Egalitair & solidair, oftewel het 'zij'-perspectief
- Nuchter & vol vertrouwen, oftewel het 'jullie'-perspectief

Omdat deze perspectieven een belangrijk uitgangspunt vormen binnen deze studie naar risicoperceptie zijn deze in onderstaande secties nader beschreven.

1.3.1 Bewust & Betrokken: het 'wij'-perspectief

Deze groep bestaat uit idealistische klanten met een groot vertrouwen in de mensheid en in technologie. Het zijn mensen die geloven in de kracht van het collectief, waar ieder individu de verantwoordelijkheid heeft zijn of haar bijdrage aan te leveren. Duurzaam handelen staat hoog in het vaandel, met oog voor mens en natuur. Het doel is om gezamenlijk naar een houdbaar systeem toe te werken, door te recyclen, zo min mogelijk energie te gebruiken en zo zuinig mogelijk te zijn met kraanwater. Men vindt het onwenselijk dat mooi schoon kraanwater wordt gebruikt voor laagwaardig gebruik zoals het doorspoelen van een toilet. De duurzaamheidsidealen gaan hier samen met het optimistische gevoel dat er nog veel mogelijkheden zijn om de drinkwatervoorziening te verbeteren. Drinkwaterbedrijven hebben hierbij in ieder geval de verantwoordelijkheid om kraanwater op een 'duurzame' en milieuvriendelijke manier te produceren.

Deze groep is ervan overtuigd dat mensen de juiste - duurzame - beslissingen zullen maken als zij maar toegang hebben tot goede informatie. Inzicht leidt tot bewustwording rond de uitdagingen waar we voor staan en daarmee tot beter gedrag (m.b.t. zuinigheid en hergebruik). Men vindt het daarom een goed idee dat het waterbedrijf open en real-time inzicht geeft in de drinkwaterkwaliteit. Ook voor zichzelf, om meer inzicht te hebben in het eigen verbruik, het liefst aangevuld met tips om nog zuiniger te zijn.

1.3.2 Egocentrisch & Kwaliteitsgericht: het 'ik'-perspectief

Deze groep klanten redeneert vooral vanuit de eigen wensen en behoeften. De eigen gezondheid staat heel hoog in het vaandel. Men maakt zich dan ook zorgen of de kwaliteit in de toekomst wel gewaarborgd kan worden. Men is zich zeer bewust van de mogelijke gevaren van drugs- en medicijnresten in het kraanwater en is bezorgd over de effecten daarvan op de eigen gezondheid. Er mag geen enkel risico worden genomen als het gaat om stoffen die in de toekomst wellicht schadelijk blijken voor de gezondheid. 'Gezond' betekent voor deze groep 'zo natuurlijk mogelijk' en zonder toegevoegde stoffen. Men vindt het ook geen aantrekkelijk idee dat kraanwater gerecycled water zou zijn of wordt gewonnen op locaties waar industrie, landbouw of stedenbouw overheerst. Drinkwaterbedrijven zouden dus moeten blijven investeren in het verder verbeteren van de waterkwaliteit, zelf als de kosten dan iets zouden stijgen.

1.3.3 Egalitair & Solidair: het 'zij'-perspectief

Centraal voor deze groep klanten staan gelijkheid, solidariteit en zorg voor de ander. Kraanwater wordt niet alleen gezien als basisbehoefte, maar ook als een mensenrecht

dat voor iedereen in gelijke mate toegankelijk zou moeten zijn. Vanwege de door deze groep zo gekoesterde solidariteit met de ander zien zij een eventuele privatisering van de sector als doemscenario. Volgens hen zal privatisering leiden tot minder kwaliteit tegen hogere kosten, waardoor de toegankelijkheid van de watervoorziening in gevaar kan komen voor minder draagkrachtigen. In het verlengde hiervan is het afsluiten van mensen die de waterrekening niet betalen absoluut ontoelaatbaar. De sociale betrokkenheid en solidariteit van deze groep klanten houdt niet op bij de landsgrenzen. Zij vinden dan ook dat Nederlandse drinkwaterbedrijven een maatschappelijke taak hebben om te helpen in landen waar schoon en betrouwbaar kraanwater niet vanzelfsprekend is. Ook toont deze groep zich solidair met toekomstige generaties. Men vindt het belangrijk om zuinig met water om te gaan en om de watervoorziening op een duurzame manier te organiseren.

1.3.4 Nuchter & Vol vertrouwen: het 'jullie'-perspectief

Klanten in deze groep zijn gesteld op hun gemak, houden niet van gedoe en willen vooral graag maximaal ontzorgd worden als het gaat om de drinkwatervoorziening. Voor deze groep is het van belang dat drinkwaterbedrijven zich bij hun kerntaak houden: zorgen voor voldoende, gezond water van goede kwaliteit op een zo efficiënt mogelijke manier. 'Van goede kwaliteit' betekent dat het zo natuurlijk mogelijk moet zijn en dat er maximaal wordt ingezet op het voorkomen van negatieve effecten op de gezondheid. Mocht het zo zijn dat de kwaliteit verder verbeterd kan worden tegen een kleine meerprijs, dan vindt men dat een goed idee. Maatschappelijke trends als duurzaamheid worden enigszins gevolgd, maar voor drinkwaterbedrijven toch vooral als bijzaken gezien waar optioneel rekening mee gehouden kan worden, maar vooral niet te veel geld aan besteed moet worden.

1.3.5 Spreiding klantgroepen

In Nederland vinden klanten significant de grootste aansluiting bij het egalitair & solidair (zij)-perspectief (31%), het bewust & betrokken (wij)-perspectief (29%), en het nuchter & vol vertrouwen (jullie)-perspectief (27%). De overige 13% van de drinkwaterklanten vindt de meeste aansluiting bij het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik)-perspectief (Brouwer & Sjerps, 2018). Deze diversiteit, en - op een enkele uitzondering na - ook deze verdeling, vinden we terug bij alle tien de Nederlandse drinkwaterbedrijven. Hoe de perspectieven relateren aan risicoperceptie, en hoe hier dan het beste op ingespeeld kan worden via communicatie en informatievoorziening, is onderdeel van de huidige studie.

1.4 Leeswijzer

Na dit inleidende hoofdstuk bestaat dit rapport uit een zevental hoofdstukken. Hoofdstuk 2 richt zich op de achterliggende factoren die risicopercepties beïnvloeden, en plaatst deze binnen de context van risicocommunicatie. Ook wordt in dit hoofdstuk - gebaseerd op literatuurstudie - ingezoomd op risicopercepties in het drinkwaterdomein, en verkend wat de lessen zijn vanuit het aanpalende domein van voedselveiligheid. In Hoofdstuk 3 wordt een analyse gepresenteerd van de manier waarop drinkwaterbedrijven vandaag de dag communiceren over de kwaliteit en veiligheid van water. Hoe verschillende klantgroepen de veiligheid van hun kraanwater en risico's percipiëren, wordt uitgewerkt in Hoofdstuk 4 t/m 6: de empirische resultaten van de vragenlijst en de follow-upinterviews staan in Hoofdstuk 4 en 5, en de focusgroep-resultaten in Hoofdstuk 6. In het laatste en concluderende hoofdstuk van dit rapport worden de lessen uit de voorgaande hoofdstukken kort samengevat. Daarnaast wordt in Hoofdstuk 7 expliciet stilgestaan bij de praktische implicaties van deze lessen middels een aantal communicatie-handvatten.

2 Risicopercepties - literatuurstudie

2.1 “Het risicoperceptiegat”

De econoom Frank Knight maakte in 1921 voor het eerst een onderscheid tussen verschillende typen onzekerheden: echte onzekerheden, die hij definieerde als gebeurtenissen die zich geheel willekeurig voltrekken, en risico's, onzekerheden waarop kansberekening kan worden losgelaten. Statistische kansberekeningen brengen een zekere mate van controleerbaarheid met zich mee, met name wanneer in deze kansberekeningen ook mogelijke oorzaken van risico's worden meegenomen. Zij maken risico's deels voorspelbaar. Wanneer bijvoorbeeld de omstandigheden waaronder een risico zich vaak voordoet bekend zijn, kan hierop worden geanticipeerd en gereageerd.

Risico's dragen een belofte van controleerbaarheid met zich mee, maar zijn tegelijkertijd inherent onzeker omdat alleen over risico's kan worden gesproken in termen van kansen. De gangbare definitie van een risico is “kans x gevolg” (Renn & Swaton 1984). Het zijn vaak experts die de risico's, waar een samenleving aan blootgesteld is, in kaart brengen. Statistici maken met behulp van economische modellen kans- en effectberekeningen die leidend zijn bij het formuleren van risicomangementstrategieën (Löfstedt 2005). Risico's zijn ook een complex begrip. Ze worden vaak niet goed begrepen, zowel door burgers, bedrijven als bestuurders. Pogingen om het begrip risico te verduidelijken zijn gedaan in de nota Omgaan met Risico's (Tweede Kamer, 1989), en diverse adviezen van de Gezondheidsraad, o.a. in het advies: “Risico, meer dan een getal” (Gezondheidsraad, 1996).

De risicobenadering gaat uit van objectieve risico's, waarbij risico's berekend worden op basis van beschikbare data. Maar er is ook zoiets als een subjectief risico: hoe mensen hun blootstelling aan een risico ervaren en inschatten. Deze risicoperceptie verschilt vaak van technische risicoberekeningen. Een risico kan door burgers groter of kleiner worden ervaren dan op basis van beschikbare gegevens wordt verwacht. Dit fenomeen wordt ook wel aangeduid als het “risicoperceptiegat” (*risk perception gap*).

Het wordt aannemelijk geacht dat door de verhoogde veiligheid in de huidige samenleving risico's steeds vaker worden gezien als een beheersbaar probleem, anders dan als een (willekeurige) toebedeling van het lot of het geloof. De eigen inschatting van risico's neemt hierbij een steeds belangrijkere plaats in, waardoor de kans op en relevantie van een mogelijk “risicoperceptiegat” alsmat toeneemt.

Dit risicoperceptiegat in relatie tot de risico's van bijvoorbeeld antropogene stoffen in kraanwater kan klanten ertoe bewegen dit water minder te vertrouwen of voor sommige toepassingen zelfs te mijden, waardoor belangrijke voordelen van kraanwater (zoals minder milieubelasting door gebruik van flessenwater) verloren gaan. Ook kan het resulteren in maatregelen op de gebieden waar een grote mate van bezorgdheid leeft, terwijl maatregelen op andere gebieden mogelijk veel effectiever zijn (zo kan gezonde voeding een veel grotere gezondheidswinst opleveren dan verdere verwijdering van stoffen uit drinkwater).

In de wetenschappelijke literatuur wordt dit risicoperceptiegedrag al jaren onderzocht. In de loop der tijd zijn verschillende achterliggende factoren aangedragen die aan dit fenomeen ten grondslag liggen. In dit hoofdstuk worden deze factoren besproken.

2.2 Oorzaken van het risicoperceptiegedrag

Op basis van de literatuurstudie naar de achterliggende factoren die risicopercepties beïnvloeden kan een classificatie worden gemaakt naar type factor: (i) een categorie van factoren die verbonden zijn aan het karakter van de bedreiging zelf; (ii) een categorie van factoren die te maken hebben met persoonlijkheidskenmerken; (iii) een categorie van factoren voortkomend uit de sociaal-culturele context waarin een persoon zich bevindt; en (iv) een categorie van politieke factoren. Hieronder worden de categorieën en onderliggende factoren kort besproken.

2.2.1 Risicogerelateerde oorzaken

Ten eerste komen uit de literatuurstudie een aantal factoren naar boven die risicopercepties beïnvloeden en gerelateerd zijn aan het karakter van de bedreiging zelf. Een leidende theorie hierin is de “*social amplification of risk*”, waarin wordt gesteld dat risico’s met een kleine kans maar grote gevolgen (zoals overstromingen in Nederland) structureel worden overschat terwijl risico’s met een grote kans maar kleine gevolgen (verkeersongelukken) stelselmatig worden ondergewaardeerd (Slovic 1987, Kaspersen et al. 1998).

Ook het type oorzaak beïnvloedt publieke risicopercepties. Er is een verschil gevonden tussen percepties op risico’s van natuurlijke en kunstmatige oorsprong (Slovic 1987), waarbij “onnatuurlijke” bedreigingen leiden tot een relatief hogere risico-inschatting dan “natuurlijke” bedreigingen. Voor kraanwater betekent dit bijvoorbeeld dat natuurlijke verontreinigingen als minder bedreigend kunnen worden ervaren dan antropogene verontreinigingen.

Verklaringen van deze verschillen worden vaak gezocht in de mate van bekendheid met de bedreiging. Risico’s die maar zelden plaatsvinden, zijn bedreigend juist omdat hun gevolgen onbekend zijn, of zeer groot kunnen zijn. Verschillen in perceptie zijn er ook naar gelang de risico’s niet vrijwillig (contaminanten in drinkwater) dan wel vrijwillig zijn (roken, alcohol gebruik). Er is enige ervaring opgedaan met het risico’s van rampen (kleine kansen en grote effecten) en de nasleep hiervan. Met risico’s die vaak voorkomen en vrijwillig zijn (roken en drinken van alcohol) is veel meer ervaring opgedaan; mensen weten wat het risico inhoudt en zijn bekend met de gevolgen en met de manier waarop zij en anderen reageren op deze gevolgen. Mensen schatten deze risico’s daarom veelal veel lager in. Niet zelden is dit overigens onterecht omdat de gevolgen van bijvoorbeeld roken zeer hoog zijn, zeker in relatie tot de risico’s van drinkwater (Tweede Kamer, 1989; RIVM 2003).

Ervaringen met en kennis over risico’s versterken het gevoel van controleerbaarheid. Het idee is dat bekende risico’s beter onder controle gehouden kunnen worden, dan wel door de kans te verkleinen, dan wel door de gevolgen te verkleinen (Rachman 1990). Hierdoor neemt de dreiging ervan af. Ook speelt de mate waarin de gevolgen van het risico omkeerbaar zijn een rol in het gevoel van controleerbaarheid. Hoe gemakkelijk kunnen de gevolgen worden afgewend?

Een ander type verklarende factoren is te vinden in de blootstelling aan het risico. Risico’s waarbij veel mensen in één keer worden getroffen worden over het algemeen

het meest gevreesd. Price (2001) heeft dit het “*group size effect*” genoemd; het idee dat mensen in grotere groepen grotere risico’s lopen. Vaak wordt in dit verband het voorbeeld aangehaald van de relatief grote angst voor vliegen, waarbij een grotere groep is blootgesteld aan het risico op een ongeluk, ten opzichte van de relatief lage inschatting van het risico op een auto-ongeluk. Ook de mate waarin een individu of groep zelf heeft gekozen voor blootstelling aan het risico weegt mee in publieke risicopercepties (Slovic 1987).

Zoals eerder gemeld leidt blootstelling zonder vrije keuze (onvrijwillig blootstelling), bijvoorbeeld het risico op besmettingen tijdens medische ingrepen, vaak tot een hogere risico-inschatting dan wanneer deze blootstelling voortkomt uit een vrije keuze (vrijwillige blootstelling), zoals het geval is bij het risico van roken of op een skiongeluk tijdens een zelfgekozen skivakantie.

Een samenvatting van de hierboven besproken risico-gerelateerde factoren is weergegeven in Tabel 1. In de tabel is ook aangegeven hoe deze factoren individuele risicopercepties beïnvloeden.

TABEL 1. OVERZICHT RISICO-GERELATEERDE FACTOREN EN HUN INVLOED OP RISICOPERCEPTIE (GEBASEERD OP BAKEN, 2014).

Factor	Onderschatting risico	Overschatting risico
Type dreiging	Grote kans, kleine gevolgen	Catastrofe: kleine kans, grote gevolgen
Oorzaak dreiging	Natuurlijk	Onnatuurlijk
Bekendheid dreiging	Oorzaak risico bekend Voorziene consequenties Ervaring met dreiging	Oorzaak risico onduidelijk Onduidelijke consequenties Nieuwe dreiging
Controle op dreiging	Oorzaak beheersbaar Gevolgen controleerbaar	Oorzaak onbeheersbaar Gevolgen oncontroleerbaar
Blootstelling aan dreiging	Willekeurig, individueel Vrijwillig	Groep Onvrijwillig

2.2.2 Individuele oorzaken

Naast factoren gerelateerd aan het risico zelf, is van een aantal individuele eigenschappen bekend dat deze risicopercepties kunnen beïnvloeden.

Deels zijn dit persoonskernmerken zoals sekse, leeftijd, opleidingsniveau, en sociaaleconomische status. Zo zijn vrouwen over het algemeen meer bezorgd dan mannen. Mannen hebben vaker dan vrouwen interesse in en aandacht voor wetenschap en techniek. Daarnaast hebben mannen een groter vertrouwen in wetenschappelijke autoriteiten, zijn ze geneigd controversiële onderwerpen meer te steunen en zijn ze over het algemeen minder risicomijdend, wat leidt tot een lagere risico-inschatting bij mannen. De risico-inschatting van jonge mensen is relatief laag; Gregersen & Bjurulf (1996) ontdekte bijvoorbeeld dat jonge bestuurders het risico op een auto-ongeluk structureel lager inschatten dan oudere generaties. Hoger opgeleiden en mensen met een hogere sociaaleconomische status zijn over het algemeen toleranter ten opzichte van risico’s en hebben de neiging om wetenschappelijke autoriteiten meer te verdedigen. Kennis en vaardigheden spelen hierbij een rol, maar persoonlijkheid, normen en waarden, cultuur, geloof en politieke overtuiging nog meer. Gezondheid

speelt ook mee, waarbij mensen met een (chronische) ziekte doorgaans een hogere risico-inschatting maken.

Deels hebben individuele eigenschappen betrekking op cognitieve factoren, zoals de eigen ervaringen met het risico. Waar maatschappelijke ervaringen met het risico meestal leiden tot een lagere risico-inschatting, leiden persoonlijke ervaringen met het risico meestal tot een hogere risico-inschatting, en omgekeerd. Het uitblijven van deze risico-ervaringen leidt tot een gemiddeld lagere risico-inschatting (Ittelson 1978).

Ook het gemak waarmee een individu een risico cognitief kan bevatten speelt mee. Wanneer de oorzaken en gevolgen van het risico en de kans op het risico door een individu goed kunnen worden overzien, wordt het risico over het algemeen lager ingeschat dan wanneer dit niet het geval is (Slovic, Fischhoff and Lichtenstein 1982). Het tijdstip van het effect speelt hierbij ook een rol; wanneer de gevolgen van een risico zich snel na de gebeurtenis manifesteren, is het oorzakelijke verband vaak duidelijker.

Individuele waarderingen van blootstelling aan het risico beïnvloeden risicopercepties eveneens. Zo maakt het bijvoorbeeld uit of een individu de verdeling van blootstelling en de gevolgen eerlijk vindt; wanneer blootstelling als onrechtvaardig wordt ervaren, wordt het risico doorgaans hoger ingeschat. Ook maakt het uit of mensen hun blootstelling aan een risico als nuttig ervaren. Levert de blootstelling aan het risico grote (maatschappelijke) voordelen op, dan wordt het risico doorgaans kleiner ingeschat.

Tot slot speelt mee dat mensen in een negatieve stemming informatie analytischer en systematischer verwerken, zij gaan kritischer met informatie om en hebben meer aandacht voor negatieve aspecten. In een positieve stemming neigt men eerder tot intuïtieve informatieverwerking en heeft men meer aandacht voor positieve effecten (Baken, 2014).

Een overzicht van individuele factoren is opgenomen in tabel 2. Ook is weer inzicht gegeven in de gevolgen van deze individuele factoren op risicopercepties (de mate waarin de factoren leiden tot een lagere of hogere risico-inschatting dan de inschatting gegeven door experts).

TABEL 2. OVERZICHT INDIVIDUELE FACTOREN EN HUN INVLOED OP RISICOPERCEPTIES

Factor	Onderschatting risico	Overschatting risico
Persoonskenmerken	Man Hoger opleidingsniveau Hogere sociaaleconomische status Lagere leeftijdsklasse Gezond	Vrouw Lager opleidingsniveau Lagere sociaaleconomische status Hogere leeftijdsklasse (Chronisch) ziek
Cognitieve kenmerken	Geen ervaring met risico	Risico niet begrepen Ervaring met het risico
Waardering blootstelling	Maatschappelijke voordelen	Geen (maatschappelijk) nut Onrechtvaardige verdeling
Stemming	Positief	Negatief

2.2.3 Culturele oorzaken

Al lange tijd is bekend dat risicopercepties niet alleen verklaard kunnen worden vanuit de eigenschappen van het risico of het individu, maar dat ook grotere contextuele factoren individuele risicopercepties bepalen. Een standaardwerk op dit gebied is “de culturele theorie van risico’s” (*“the cultural theory of risk”*), ontwikkeld door Douglas (1978) en Douglas & Wildavsky (1982). In deze theorie stellen de auteurs dat individuele risicopercepties grotendeels worden bepaald door de eigenschappen van de culturele groep waartoe individuen behoren. Deze culturele eigenschappen bepalen namelijk welke risico-gerelateerde factoren belangrijk zijn in de individuele risicobeoordeling, en hoe zwaar individuele factoren hierin meewegen.

Volgens de culturele theorie staan ideeën over de werking van de natuur aan de basis van culturele groepeigenschappen (Thompson et al. 1990). In de ene culturele groep staat bijvoorbeeld het “lot-denken” centraal terwijl de andere groep uitgaat van het principe van maakbaarheid en daarmee ook van risicocontrole. Voor sommige culturele groepen geldt verbondenheid tussen mens en natuur als basisbeginsel, terwijl voor andere groepen individuele verantwoordelijkheid voorop staat.

In de culturele theorie worden deze culturele eigenschappen verder uitgewerkt in twee dimensies: een sociale (*“group”*) dimensie en een coördinatie (*“grid”*) dimensie (Douglas 1978). De sociale dimensie geeft aan in hoeverre er sprake is van hechte sociale banden binnen de culturele groep. Een hoge score op de groepsdimensie geeft bijvoorbeeld aan dat de culturele groep zich kenmerkt door een hoge mate van solidariteit tussen de leden. Bij een lage score is er juist sprake van weinig solidariteit. De coördinatie dimensie geeft aan in hoeverre culturele groepskenmerken de autonomie van afzonderlijke groepsleden bepalen. Een hoge score op deze dimensie betekent dat culturele groepskenmerken een grote invloed hebben op individuele (risico)percepties en handelingen. Een lage score betekent dat er weinig culturele controle is op individuele percepties en handelingen.

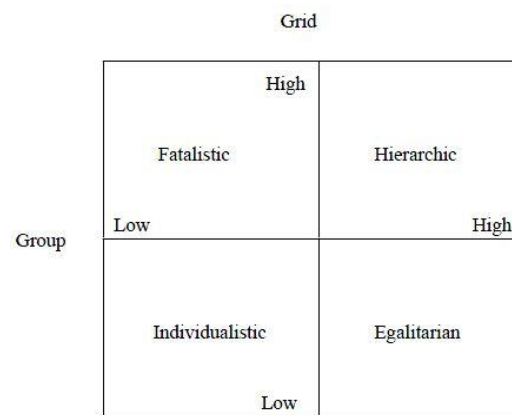
Op basis van deze dimensies is een raamwerk ontwikkeld, waarmee aan de hand van culturele groepskenmerken individuele risicopercepties kunnen worden voorspeld (Wildavsky & Dake 1990). Dit model is weergegeven in figuur 1. Uit dit model komen vier culturele “wereldbeelden” naar boven die individuele risicopercepties sterk beïnvloeden:²

- Een fatalistisch wereldbeeld: in culturele groepen gekenmerkt door weinig solidariteit en een sterke centrale aansturing, zijn individuele risicopercepties gebaseerd op een fatalistisch wereldbeeld waarin omstandigheden van buitenaf zijn gedetermineerd en mensen zelf weinig invloed hebben op het risico.
- Een hiërarchisch wereldbeeld: in dit wereldbeeld ligt de invloed op externe omstandigheden in de handen van een elite. Voor risicocontrole wordt daarom ook vertrouwd op deze elite. Dit wereldbeeld wordt toegeschreven aan culturele groepen met veel solidariteit en centrale controle.
- Een individualistisch wereldbeeld: dit wereldbeeld gaat uit van eigen verantwoordelijkheid voor het ontstaan van, en het omgaan met risico’s. Het

² Wat opvalt aan deze wereldbeelden geïdentificeerd binnen de culturele theorie is hun ogenschijnlijke relatie met de klantperspectieven waarbij: het egocentrisch & kwaliteitsgericht, oftewel het ‘ik’-perspectief, sterk lijkt te zijn verbonden aan het fatalistische wereldbeeld; het nuchter & vol vertrouwen, oftewel het ‘jullie’-perspectief, sterk lijkt te zijn verbonden aan het hiërarchische wereldbeeld; het bewust & betrokken, oftewel het ‘wij’-perspectief, sterk lijkt te zijn verbonden aan het individualistische wereldbeeld; en het egalitair & solidair, oftewel het ‘zij’-perspectief, sterk lijkt te zijn verbonden aan het egalitaire wereldbeeld.

wereldbeeld hoort bij culturele groepen met weinig solidariteit en centrale aansturing.

- Een egalitair wereldbeeld: dit wereldbeeld kenmerkt culturele groepen met weinig centrale aansturing en een hoge mate van solidariteit. Risico's kunnen zowel externe als maatschappelijke oorzaken hebben in dit wereldbeeld, maar door de hoge mate van onderlinge sociale verbondenheid wordt er op vertrouwd dat "de samenleving" zorgt voor een eerlijke spreiding van risico's.



Figuur 2-1: het group-grid model uit de culturele theorie (Douglas 1978)

Hoewel invloedrijk, is er in de loop der tijd ook kritiek gekomen op dit model. Het zou te deterministisch zijn en te weinig ruimte overlaten voor diversiteit, zowel binnen groepen als in de tijd (Boholm 1996). Toch heeft de culturele theorie de aandacht gevestigd op culturele factoren waar rekening mee gehouden moet worden in het analyseren van mechanismen achter individuele risicopercepties en het risicoperceptiepat. De wereldbeelden bepalen het gewicht dat wordt toegekend aan risico-gerelateerde factoren en de mate waarin individuele factoren ertoe doen in de vorming van individuele risicopercepties (Goldstein and Keohane 1993).

Tabel 3 geeft de belangrijkste bevindingen uit de culturele theorie weer. Culturele groepskenmerken bepalen hoe risico's gezien worden (als extern, individualistisch of maatschappelijk) en hoe de risico's gecontroleerd worden. Op basis van de risico-gerelateerde en individuele factoren die geïdentificeerd zijn in de vorige paragrafen, wordt in de tabel ook een inschatting gemaakt van het effect van de wereldbeelden op individuele risicopercepties.

TABEL 3. OVERZICHT CULTURELE FACTOREN EN HUN INVLOED OP RISICOPERCEPTIES

		Sociale cohesie	
		laag	hoog
Groepscoördinatie	hoog	<u>Fatalistisch</u> Externe risico's Weinig controle <i>Overschatting risico</i>	<u>Hiërarchisch</u> Externe risico's Gecontroleerd door elite <i>Onderschatting risico</i>
	Laag	<u>Individualistisch</u> Individuele risico's Eigen verantwoordelijkheid <i>Effect op perceptie individu-afhankelijk</i>	<u>Egalitair</u> Externe en maatschappelijke risico's opgevangen binnen groep <i>Zorgen over risico's buiten groep</i>

2.2.4 Politiek-maatschappelijke oorzaken

Politiek-sociologische theorieën over risicopercepties zoomen nog een stap verder uit. In deze theorieën wordt gekeken naar de invloed van politiek-maatschappelijke factoren op collectieve (culturele) én individuele risicopercepties. Leidend werk op dit vlak is *The Risk Society* van de Duitse socioloog Ulrich Beck (1992). Volgens Beck beweegt onze samenleving steeds meer toe naar een "risicomaatschappij", waarin door toenemende kennis en informatie risico's steeds beter begrepen en onderkend worden. Met dit verbeterde inzicht, verlangen burgers van hun overheid ook steeds meer controle op risico's. Om geen legitimiteit te verliezen, proberen overheden risico's te controleren met (technische) normen en procedures, maar deze geven volgens Beck een bepaalde schijnzekerheid; zij verhullen de onzekerheden die verborgen gaan achter risico's en geven geen garantie op veiligheid. Wanneer een risico zich ondanks de normen toch voltrekt, kunnen bovendien alleen specialisten de normen uitleggen. Deze aanpak leidt volgens Beck leidt tot een dalend vertrouwen in overheidsinstanties en de specialistische kennis waarop zij zich baseren, en een toenemende angst voor risico's in de samenleving.

Beck's werk past in een bredere "modernistische" stroming binnen de sociale en politieke wetenschappen, waarin de overgang van een moderne naar een postmoderne maatschappij wordt bestudeerd. Centraal gedachtegoed in deze theorieën is dat moderne samenlevingen steeds sterker vasthouden aan controle als ordenend principe, terwijl maatschappelijke problemen per definitie niet volledig gecontroleerd kunnen worden (Rittel & Webber 1973, Habermas 1996). Terwijl overheden en kennisinstituten de indruk blijven wekken dat problemen onder controle zijn om draagkrachtverlies te voorkomen, levert dit op termijn alleen maar draagkrachtverlies op, omdat zij nooit kunnen voldoen aan de door hen gewekte suggestie van controle.

Volgens Poortinga & Pidgeon (2005) zijn publieke risicopercepties in grotere mate afhankelijk van vertrouwen in risico-regulerende instanties en kennisinstituten. Tegelijkertijd bestaat er een steeds groter wordend wantrouwen tegenover deze organisaties (Rothstein et al. 2006). In dit vacuüm van vertrouwen gaan burgers steeds meer zelf op zoek naar informatie over risico's, ook omdat deze informatie in onze huidige informatiemaatschappij steeds beter en gemakkelijker toegankelijk is.

Bij deze individuele informatieverwerking kan echter scheefgroei ontstaan. In de gedragspsychologie wordt in dit verband gesproken over zogenaamde ‘*selective exposure*’, het idee dat mensen – bewust of onbewust – op zoek gaan naar informatie die hun bestaande ideeën ondersteunt. Ook kan het zo zijn dat mensen op basis van hun (culturele) wereldbeelden feitelijke kennis verdraaien. Dit zie je voornamelijk bij onderwerpen met een sterke culturele of ideologische lading, zoals vaccinatie, klimaatverandering of de evolutie. Hierdoor ontstaat als het ware een ‘scheefgroei’ (“*bias*”) in de informatievoorziening (Kahan 2006). Het kan ertoe leiden dat risico-inschattingen uiteenlopen, en “gepolariseerd” raken tussen verschillende sociale of culturele groepen. Extreme voorbeelden hiervan vindt je bijvoorbeeld in de VS, waar verschillende nieuwszenders andere berichtgeving verspreiden.

Binnen de politicologie wordt erop gewezen dat risico’s hiermee onderdeel kunnen worden van het politieke spel, waarin verschillende groepen strijden om invloed en macht. In een risicosamenleving en informatiemaatschappij hebben de risicoanalyses van overheden en experts niet langer meer automatisch een geprivilegieerde positie. Zij zijn één van de manieren waarop het risico kan worden beschouwd en gedefinieerd (Lidskog 2008; Van Leeuwen, 2007). Het beïnvloeden van risicopercepties draagt bij aan politieke invloed, juist omdat hier (culturele) wereldbeelden, normen, waarden en handelingswijzen mee samenhangen (Nowotny et al. 2001, Jasanoff 2004). Dit versterkt groepsvorming en polarisatie rondom risico’s, en een scheefgroei van informatie rondom risicobeoordelingen.

TABEL 4. OVERZICHT SOCIALE EN POLITIEKE FACTOREN EN HUN INVLOED OP RISICOPERCEPTIES

Factor	Onderschatting risico	Overschatting risico
Institutioneel	Vertrouwen regulerende instanties	Regulerende instanties gewantrouwd
Kennis	Kennisconsensus Vertrouwen in normen	Onderliggende waarde-conflicten Wantrouwen in normen
Politiek	Publieke risico-consensus	Publieke risico-polarisatie

2.3 Risicopercepties en kraanwater

Voor kraanwater vormen gezondheidseffecten het belangrijkste risico. De Gezondheidsraad (1995) definieert een risico als “de mogelijkheid van schade aan gezondheid van mens, aan het milieu en aan goederen, in combinatie met aard en omvang van die schade”. Er is pas “mogelijkheid van schade” wanneer men ook daadwerkelijk wordt blootgesteld aan de risicofactor. In het geval van kraanwater worden gezondheidsrisico’s van stoffen geschat door het detecteren van de stoffen of de bijbehorende gezondheidseffecten. De aard en omvang van de schade wordt bepaald aan de hand van effecten die in wetenschappelijke studies (meestal toxicologische experimenten met dieren, in-vitro toetsen of schattingsmethoden) worden bepaald (Van Leeuwen, 2007).

Zowel het beoordelen van blootstelling als gezondheidsschade kan gepaard gaan met onzekerheid. Zo kunnen er verschillen zijn in gevoeligheid voor effecten tussen dieren of cellen die gebruikt worden in toxiciteitsstudies en mensen. Ook zijn er verschillen in de gevoeligheid en blootstelling tussen het ongeboren kind, de zuigeling en volwassenen, en verschillen tussen kortdurende en chronische blootstelling. Soms ontbreken de benodigde toxicologische, analytische, of blootstellingsgegevens voor het

inschatten van een risico, of zijn ze niet volledig of tegenstrijdig. Voor nieuwe (chemische) stoffen in onze leefomgeving is dit vaak het geval (Baken, 2014).

Deze technische risico-inschattingen voor kraanwater worden zorgvuldig gemaakt. Toch kunnen zij afwijken van de publieke inschatting van het risico van stoffen in drinkwater. Bij deze publieke risico-inschattingen vindt een complexe interactie plaats tussen intuïtie, emoties, kennis, overtuiging, normen en waarden en cultuur. De risicoperceptie kan zodoende verschillen tussen verschillende individuen en gemeenschappen en onderhevig zijn aan verandering. Er bestaat dus niet alleen een objectief te meten risico, maar ook een beleefd risico, dat wordt bepaald door de context en subjectieve aspecten bij de waarneming van een gevaar (Baken, 2014).

Een eerdere literatuurstudie (Baken, 2014) heeft laten zien dat Nederlandse consumenten over het algemeen een goede indruk hebben van de kwaliteit van kraanwater, en de perceptie van de veiligheid van kraanwater positief is. Uit recent onderzoek bleek dat slechts 4% van de ondervraagden wel eens natuurlijk bron- en mineraalwater dronk omdat men van mening was dat dit veiliger is dan kraanwater (Van Teeffelen et al., 2017). Toch werd er ook bezorgdheid geconstateerd ten aanzien van verontreinigingen die de waterkwaliteit zouden kunnen bedreigen. De risicoperceptie ten aanzien van chemische contaminanten in de watercyclus is nog niet uitgebreid onderzocht en de kennis over dit onderwerp is zodoende vrij beperkt. Dergelijke stoffen komen meestal door menselijk toedoen in drinkwater. Ze veroorzaken een onvrijwillige blootstelling van een grote populatie, waarbij mogelijke gezondheidseffecten niet altijd bekend en individuele voordelen afwezig zijn. Daarnaast komt de aanwezigheid in bronnen voor de productie van drinkwater soms zeer nadrukkelijk onder de aandacht via de media. Tabel 3 geeft de factoren weer waarvan uit de beschikbare informatie is gebleken dat ze positieve of negatieve associaties met chemische stoffen in (drink)water kunnen bewerkstelligen. De effecten van o.a. sociale en culturele factoren op de risicoperceptie zijn nog niet goed onderzocht, en de relevantie van de houding ten opzichte van waterbehandeling, ervaren gezondheidsvoordelen van gezuiverd drinkwater, en onderlinge informatie uitwisseling is op dit moment onbekend (Baken, 2014).

TABEL 5. ASPECTEN DIE EEN ROL SPELEN BIJ HET OVER- OF ONDERSCHATTEN VAN RISICO'S VAN CHEMISCHE STOFFEN IN KRAANWATER (BAKEN, 2014).

	Risicokenmerk	Onderschatting van risico	Overschatting van risico
Risico-gerelateerde factoren	Type dreiging	<ul style="list-style-type: none"> • Calamiteiten bij routinewerkzaamheden 	<ul style="list-style-type: none"> • Terroristische aanslag
	Oorzaak dreiging	<ul style="list-style-type: none"> • Natuurlijke verontreinigingen 	<ul style="list-style-type: none"> • Antropogene verontreinigingen
	Bekendheid dreiging	<ul style="list-style-type: none"> • Bekende oorsprong • Duidelijk traceerbaar • Ervaring in het verleden 	<ul style="list-style-type: none"> • (Wetenschappelijke) onduidelijkheid oorsprong • Onduidelijkheid over hoe ver de verontreiniging zich verspreidt • Nieuwe stoffen
	Controle op dreiging	<ul style="list-style-type: none"> • Oorzaak beheersbaar (bv. uit RWZI) • Zuivering volstaat 	<ul style="list-style-type: none"> • Oorzaak onbeheersbaar (bv. milieuvervuiling) • Contaminanten niet verwijderd via zuivering

	Blootstelling aan dreiging	<ul style="list-style-type: none"> • Willekeurige huishoudens getroffen • Verontreiniging via ongecontroleerd tappunt 	<ul style="list-style-type: none"> • Heel voorzieningengebied getroffen • Verontreiniging via leidingnet
Individuele factoren	Persoonskenmerken	<ul style="list-style-type: none"> • Man • Hoger opgeleid • Goede baan • Jong • Gezond 	<ul style="list-style-type: none"> • Vrouw • Lager opgeleid • Slechte baan(kansen) • Ouder • Chronisch ziek
	Cognitieve kenmerken	<ul style="list-style-type: none"> • Lokaal risico met zichtbare oorzaak en effect • Geen eigen ervaring met de verontreiniging • Men wordt niet ziek 	<ul style="list-style-type: none"> • Systeemrisico waarin oorzaken en gevolgen samenhangen • Eigen waarneming (geur, smaak) • Gevolgen merkbaar
	Waardering blootstelling	<ul style="list-style-type: none"> • Risico's verbonden aan herstelwerkzaamheden (nut) 	<ul style="list-style-type: none"> • Idee dat verontreinigingen jou extra hard raken
Culturele	Culturele kenmerken	<ul style="list-style-type: none"> • Risicobeheersing gezien als collectieve/ maatschappelijke verantwoordelijkheid 	<ul style="list-style-type: none"> • Risicobeheersing gezien als individuele aangelegenheid • Idee dat drinkwaterisico's kwetsbare groepen het hardst raken
Sociaal-politieke factoren	Institutioneel	<ul style="list-style-type: none"> • Groot vertrouwen DWB • Groot vertrouwen in overheden • Groot vertrouwen in toezicht en controle 	<ul style="list-style-type: none"> • Weinig vertrouwen in DWB • Weinig vertrouwen in overheid • Weinig vertrouwen in controle & toezicht
	Kennis	<ul style="list-style-type: none"> • Wetenschappelijke consensus over risico's kraanwater • Groot vertrouwen in drinkwater-kennis • Groot vertrouwen in drinkwater-normen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wetenschappelijke consensus uitgedaagd door sociale groepen • Laag vertrouwen in drinkwaterkennis • Laag vertrouwen in normen
	Politiek	<ul style="list-style-type: none"> • Wetenschappelijke en politieke consensus over risico's drinkwater 	<ul style="list-style-type: none"> • Wetenschappelijke tegenstrijdigheid langs politieke lijnen

2.4 Lessen uit een andere praktijk: voedselveiligheid

De perceptie van en communicatie over voedselveiligheid kennen overeenkomsten met veiligheid van drinkwater. Zo bestaat er een feitelijk zeer hoog niveau van voedselveiligheid in Nederland, dat niet volledig strookt met het vertrouwen in voedingsmiddelen en in de producenten ervan onder consumenten.³ Met name uit de aanpak van voedselincidenten waar media en consumenten bij betrokken waren, zoals BSE, dioxine in kip, *Clostridium botulinum* in honing, acrylamide in chips en patat, en fipronil in eieren, zijn lessen te trekken die ook bij communicatie over stoffen in kraanwater van pas kunnen komen.⁴

³ <https://www.nvwa.nl/over-de-nvwa/organisatie/jaarverslagen-en-jaarplannen-nvwa/jaarverslag-2015/realiteit-versus-perceptie-is-ons-voedsel-veilig> ; <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-26991-1.html>

⁴ <https://research.vu.nl/ws/files/1956406/ivmvu0758.pdf> ; <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-26991-1.html> ; <http://library.wur.nl/WebQuery/wurpubs/fulltext/27448> ; <https://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/630005001.pdf> ; <http://www.efsa.europa.eu/en/supporting/pub/1394e> ; <https://www.pluimveeweb.nl/artikelen/2018/02/communiqueer-zo-snel-mogelijk-zonder-vakjargon-bij-een->

- Structureel en proactief communiceren kan voorkomen dat consumenten schrikken en zich bedrogen voelen als een 'gevaar' plotseling manifest wordt door een uitbraak met de daarbij behorende publiciteit, en dat de sector door andere partijen in een verdedigende positie wordt gebracht. Het is zaak om een positief beeld van de sector uit te dragen en een referentiekader op te bouwen, waarbij informatie zorgvuldig gebracht wordt, onzekerheden worden belicht, en duidelijk wordt aangegeven welke maatregelen getroffen zijn en zullen worden om het gevaar te reduceren en wat men zelf kan doen om mogelijke risico's te vermijden.
- Een publiek dat de feiten krijgt voorgeschoteld, zal niet automatisch tot dezelfde conclusie komen als de partij die de boodschap brengt. Kennis krijgt betekenis in zijn maatschappelijke context. Om de overtuigingskracht van een boodschap te bevorderen zal het soms nodig zijn een meer emotioneel appèl op het publiek te doen. Hierbij is het ook van belang om concrete en consistente informatie te verschaffen en meer dan één communicatiekanaal te gebruiken om de boodschap te bevestigen.
- Interactieve communicatie lijkt zeker voor gevoelige kwesties als voedselveiligheid steeds belangrijker te worden om het gewenste maatschappelijke draagvlak voor beleids- en besluitvorming te creëren.
- Wanneer daadwerkelijk een crisis uitbreekt, dan is snel reageren de boodschap, want snelheid is bepalend om vertrouwen te wekken. Het hebben van een laboratorium zodat slagvaardig meetcampagnes kunnen worden gestart wekt vertrouwen. Duurt het te lang voordat zichtbaar handelen en communicatie op gang komt, dan vermoedt de pers dat er iets verdachts aan de hand is. Een goede voorbereiding kan hierbij helpen.
- Bij een crisis moet snel vastgesteld worden voor wie informatie over het risico verschil maakt. Om op de reacties van media en consumenten te kunnen anticiperen is het van belang rekening te houden met de aard ("reputatie") van een stof.
- De snelheid waarmee een risico gekwantificeerd kan worden en de mate waarin openlijke conflicten over verantwoordelijkheden te verwachten zijn, hebben een grote invloed op de beheersbaarheid van de situatie.
- Duidelijke samenwerking tussen bevoegde instanties en een eenduidige en open communicatie-strategie is van groot belang. Dit wekt vertrouwen
- Als kern van een boodschap kan worden gekozen voor een kwalitatieve benadering die de authenticiteit van een product onderstreept, waarbij verontreinigingen worden afgewezen onder het motto 'die horen er niet in', of een kwantitatieve risicoafweging waarbij de gemeten gehalten van een stof in het perspectief van een norm worden geplaatst. De eerstgenoemde benadering zal consumenten waarschijnlijk meer aanspreken, maar de kwantitatieve risicoafweging sluit beter aan bij het algemene voedselveiligheidsbeleid.
- Soms is het verstandig om niet te veel ruchtbaarheid te geven aan incidenten, zeker als het om organisaties gaat die als doel hebben een slecht beeld te schetsen van de sector. In die gevallen is negatieve aandacht ook aandacht.

2.5 Betekenis voor communicatie

Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar risicopercepties sinds de '80 heeft niet alleen laten zien dat publieke risicopercepties afwijken van de objectieve risico-inschattingen van experts, maar heeft ook inzicht gegeven in de factoren die deze afwijking veroorzaken. Hoewel binnen verschillende stromingen verschillende factoren zijn

aangedragen, onderstrepen alle onderzoekers het belang van bewustzijn en kennis over deze “subjectieve” risicopercepties voor het ontwikkelen van effectieve en legitieme beheersoplossingen. De objectieve risicoverklaringen van experts sluiten nu eenmaal niet altijd aan bij de belevingswereld en risicopercepties van individuen. Slovic et al. (2004) pleiten daarom voor een goede interactie tussen analytische en subjectieve risicopercepties in risicocommunicatie- en besluitvorming. Maar over hoe deze interactie eruit moet zien bestaan verschillende ideeën, afhankelijk van de invalshoek waarmee naar de oorzaken en gevolgen van het risicoperceptiegat wordt gekeken.

Vanuit het idee dat risicopercepties worden beïnvloed door risico-gerelateerde kenmerken (*social amplification of risk*-theorieën), wordt bijvoorbeeld gewezen op het belang van objectieve risicocommunicatie om de “fouten” te verwijderen uit publieke risicopercepties en draagkracht te creëren voor risicobeheer gebaseerd op feiten in plaats van op percepties. Hiervoor moet objectieve risico-informatie (“consensusinformatie”) zo duidelijk mogelijk naar buiten worden gebracht. Slovic, Fischhoff and Lichtenstein (1982) kwamen er bijvoorbeeld achter dat de boodschap “een op de 3,5 miljoen autoritten resulteert in een dodelijk slachtoffer” weinig effect had op de keuze van een individu om tijdens het autorijden een gordel te dragen. De boodschap “de kans dat je gedurende je leven omkomt bij een auto-ongeluk is één procent” leidde wel tot meer gordelgebruik. Op basis hiervan concluderen zij dat het belangrijk is om risicocommunicatie af te stemmen op de manier waarop mensen risico’s begrijpen en tot zich nemen. Dit is ook in lijn met het advies van de Gezondheidsraad (Gezondheidsraad, 1996).

Maar objectieve risicobeoordelingen kunnen onderdeel gaan uitmaken van de strijd tussen (culturele, ideologische) groepen. Men is zich er steeds meer van bewust dat het communiceren van consensusinformatie in dit soort situaties zinloos is, omdat het onderdeel wordt van een politieke strijd en groepen de informatie op eigen wijze zullen interpreteren (Pidgeon et al. 2005, Lidskog et al. 2011). Om deze reden is gedragspsycholoog Dan Kahan (2006) eerder een voorstander van cultureel-neutraal communiceren over risico’s: proberen om de boodschap zo ‘waarde-vrij’ mogelijk te houden.

Waardevrije boodschappen zijn volgens aanhangers van de culturele theorie niet mogelijk. Elke informatieoverdracht over risico’s is (indirect/onbewust) ingegeven door en beladen met het wereldbeeld van de culturele groep waar de zender toe behoort. Vanuit de politicologie wordt mede daarom gewezen op het belang van meer publieke participatie in kennisontwikkeling voor en besluitvorming over risico’s. Dit draagt niet alleen bij aan een beter inzicht in verschillende maatschappelijke visies op een risico, maar zorgt er ook voor dat deze visies aan de voorkant worden meegenomen in het kennisontwikkelings- en besluitvormingsproces, wat de legitimiteit van risicobeheer of risicomanagement (en de betrokken overheidsinstanties en kennisinstellingen) versterkt (Beck 1992, Bäckstrand 2003, Renn 2008). Warren (2006) wijst er echter op dat participatie in juist de technische onderdelen van risicobeheer vaak lastig, want veel te specialistisch is. Politicoloog Pierre Rosanvallon (2008) ziet daarom meer in het versterken van publieke verantwoordingsstructuren om legitimiteit van risicobeheer “aan de achterkant” te waarborgen.

Lofstedt et al. (2011) geven echter aan dat door risicobeheer meer open te stellen voor publieke participatie, tegenstrijdige kennis over risico’s vaker naar buiten kan komen waardoor het vertrouwen in verantwoordelijke instanties ook weer kan afnemen. Het kan leiden tot nieuwe maatschappelijke conflicten. Zij concluderen dat het vergroten

van het vertrouwen in risicobeheer vooral een zoektocht is naar een delicate balans tussen eerlijke en transparante risicocommunicatie en aansluiting bij ervaringen, ideeën en gevoelens van publiek. Voor het bereiken van deze balans benadrukken risico-onderzoekers in toenemende mate het belang van netwerk-organisatie. Partijen in een risicosector (zoals drinkwaterbedrijven) zouden gezamenlijk over hun risicocommunicatie-strategie moeten nadenken. Deze strategie kan bijvoorbeeld gaan over de mate waarin en manier waarop informatie naar buiten wordt gebracht, niet alleen in crisissituaties maar continu, bijvoorbeeld volgens het principe van “*controlled transparency*”. Onderlinge afstemming voorkomt bovendien dat partijen publiekelijk tegenover elkaar komen te staan, bijvoorbeeld in de media, waardoor een dubbele boodschap naar buiten wordt gebracht.

3 Communicatie over waterkwaliteit in de drinkwatersector

3.1 Inleiding

Om een beeld te krijgen van de manier waarop drinkwaterbedrijven vandaag de dag over de veiligheid en kwaliteit van kraanwater communiceren, zijn allereerst de websites van de bedrijven systematisch geanalyseerd. Om de gemaakte keuzes op deze websites te begrijpen, en omdat de website onderdeel is van een bredere communicatiestrategie, is middels een reeks interviews met communicatiespecialisten van vier bedrijven – zie methodesectie Hoofdstuk 1 – ook verkend wat de bredere communicatiestrategie van de bedrijven is, welke uitdagingen worden gezien, en hoe hierin geanticipeerd wordt op de toekomst.

In de volgende secties worden - waar van toepassing - eerst de resultaten van de website-analyse gepresenteerd. Per sectie worden deze resultaten toegelicht met interviewresultaten. Zo ontstaat niet alleen een beeld van de gemaakte keuzes op de website, maar wordt ook duidelijk wat de achtergrond daarvan is en welke achterliggende algemene communicatiestrategie de bedrijven hanteren.

3.2 Inhoud website

Samenstelling van kraanwater

Alle bedrijven geven op hun website informatie over de samenstelling van kraanwater, maar meestal zonder duiding (met uitzondering van kalk/hardheid). Het ene bedrijf geeft meer algemene informatie over stoffen in kraanwater dan het andere.

De communicatiespecialisten geven aan niet tevreden te zijn met de huidige lijsten met waterkwaliteitsgegevens van hun bedrijf. Voor het brede publiek vinden zij de duiding ontbreken en voor de specialist denken zij dat de lijsten wellicht niet specifiek genoeg zijn. Er zijn al bedrijven bezig om dit te verbeteren. Voor het brede publiek is daarbij het doel in één oogopslag duidelijk te maken dat het bedrijf binnen de normen blijft, ook voor mensen die niet cijfermatig zijn ingesteld.

De communicatiespecialisten constateren dat de comfortparameters, zoals hardheid en kleur, voor burgers het belangrijkste zijn. Daarover krijgen ze ook de meeste vragen binnen. Transparanter zijn over een stof als arseen, waarover nu zelden of nooit iets gevraagd wordt, zou mensen ongerust kunnen maken als dat niet gepaard gaat met de juiste duiding. De juiste duiding sluit volgens de communicatiespecialisten goed aan bij wat klanten willen weten, is voor iedereen te begrijpen en roept geen vragen of onduidelijkheden op. *“Lukt dat niet, dan is het beter om deze informatie in tweede instantie te geven, niet upfront”*. Het risico van vraagstukken die ongewild naar je worden toegeroken, bijvoorbeeld als het gaat om ontheffingen, denken de bedrijven te kunnen voorkomen door *“goed te bekijken welke boodschap voor welk publiek van belang is”*.

Tegelijkertijd denken de communicatiespecialisten dat er als gevolg van maatschappelijke ontwikkelingen steeds meer geïnteresseerde klanten komen. *“Wil je als bedrijf betrouwbaar blijven, dan is het van belang dat je, voordat er echt iets aan de hand is, laat zien dat je daar altijd al transparant in bent geweest.”* Daarnaast denken zij dat het handig kan zijn om vragen voor een deel via de website te kunnen beantwoorden. Duiding van parameters vinden zij dus belangrijker geworden. De bedrijven hebben afgesproken hierin gezamenlijk op te trekken, om ook in de toekomst met één mond te blijven spreken.

Niet-natuurlijke stoffen

De meeste bedrijven geven op hun website nauwelijks informatie over de aanwezigheid van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater. Een enkele keer wordt verteld dat er soms kleine hoeveelheden chloor worden toegevoegd. Een van de bedrijven (Evides) geeft beduidend meer informatie, namelijk over de stofgroepen geneesmiddelen, röntgencontrastmiddelen, bestrijdingsmiddelen, industriële stoffen en complexvormers.

De communicatiespecialist van Evides geeft aan dat het bedrijf streeft naar meer transparantie en veel vragen heeft gehad in het verleden. *“We moeten af van het beeld dat kraanwater 100 procent puur is. Overal in de samenleving – ook tijdens het inademen van lucht – krijg je stoffen binnen.”*

De communicatiespecialisten van de bedrijven die weinig informatie geven over niet-natuurlijke stoffen, voelden tot nu toe geen noodzaak om daar meer over te vertellen, omdat ze er ook weinig vragen over kregen. In sommige gevallen vertelt een bedrijf wel meer over het langdurige proces van grondwater tot kraanwater en de detectie van stoffen, die steeds nauwkeuriger wordt, maar dan gaat het niet over het water van nu, maar over het water voor onze kinderen en kleinkinderen (bronbescherming).

Buiten de website om zeggen de communicatiespecialisten voor een specifieke doelgroep wel eens meer te vertellen over stoffen in kraanwater, bijvoorbeeld voor *foodies* (foodbloggers en hun volgers) die vragen hebben over filters en medicijnresten. Omdat dit een specifieke groep betreft, geven drinkwaterbedrijven dan de voorkeur aan persoonlijke communicatie (uitnodiging voor een gesprek) in combinatie met posts op social media.

Gezondheidseffecten

De bedrijven geven op hun website nagenoeg geen informatie over gezondheidseffecten van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater. Een enkele keer wordt er gezegd: *“Uiteraard is van geen enkele stof meer aanwezig dan wettelijk is toegestaan en wordt u niet ziek van dergelijke stoffen”* of er wordt verwezen naar het RIVM.

Als reden hiervoor geven de communicatiespecialisten aan dat de drinkwaterbedrijven niet over de effecten van stoffen en gezondheid gaan, net zo goed als ze niet over de hoogte van de normen gaan. Als er al behoefte is om hier iets over te zeggen, dan verwijzen de bedrijven door naar experts van bijvoorbeeld RIVM of GGD. Een bijkomend voordeel van deze strategie is volgens de communicatiespecialisten dat de informatie blijft kloppen als de auteur wijzigingen aanbrengt. De communicatiespecialisten geven aan dat de drinkwaterbedrijven zich wel verbinden aan de woorden ‘veilig’ en ‘gecontroleerd’. Dat je niet alleen ‘je eigen vlees keurt’ maar dat een andere instantie

met autoriteit dat ook doet, en dat je eigen normen nog strenger zijn, zien ze als een sterke boodschap zonder nadelen.

Gelaagdheid van de informatie

De meeste websites van drinkwaterbedrijven bevatten een beperkt aantal lagen informatie.

De communicatiespecialisten verschillen van mening over in hoeverre deze gelaagdheid gewenst is. *“Als mensen geïnteresseerd zijn, moeten ze de juiste informatie kunnen vinden. Maar wel in stapjes, want soms wil je alleen op hoofdlijnen iets weten.”* Daar tegenover staat de opvatting dat veel gedetailleerde informatie op de website, ook op een dieper niveau, kan leiden tot verkeerde conclusies en onnodige bezorgdheid. Een andere reden om juist voor weinig gelaagdheid te kiezen, is volgens een van de communicatiespecialisten het streven naar zo min mogelijk clicks in het aanbieden van informatie. Linken naar een andere website – bijvoorbeeld naar het Drinkwaterplatform, een gezamenlijk initiatief van de drinkwaterbedrijven en Vewin – is een manier om de gelaagdheid op de eigen site beperkt te houden. Bovendien, stelt een van de communicatiespecialisten, *“is het fijn dat je een soort onafhankelijke plek hebt waar mensen meer kunnen lezen.”*

Toon

De informatie over veiligheid van kraanwater op de websites van drinkwaterbedrijven is over het algemeen laagdrempelig (makkelijk vindbaar) en geruststellend van toon. Het taalgebruik is op een hoger niveau dan B1⁵ en hierdoor niet erg toegankelijk voor klanten zonder (hoge) opleiding. In transparantie verschillen de bedrijven: Evides is behoorlijk transparant, maar de meeste gaan niet erg diep op veiligheidsissues in.

De communicatiespecialisten geven aan dat ze de toon toegankelijker willen hebben. Transparantie vinden zij een lastiger vraagstuk. Als redenen voor minder transparantie geven de communicatiespecialisten dat het belangrijk is om publiek vertrouwen te behouden voor zo'n vitaal product als drinkwater, en dat er niet veel vragen leven bij de klant.

3.3 Algemene communicatiestrategie

Wat is de communicatiestrategie van drinkwaterbedrijven als het gaat om de veiligheid van kraanwater?

Uit de analyse van de websites en aanvullende interviews blijkt dat veel drinkwaterbedrijven een algemene communicatiestrategie hebben, dus niet specifiek op het gebied van veiligheid van kraanwater. Deze communicatiestrategie is deels gebaseerd op afspraken die voortkomen uit de strategie van het bedrijf, en deels op principes die algemeen gelden in het communicatievakgebied.

⁵ Niveau B1 staat voor eenvoudig Nederlands. Mensen die taalniveau B1 hebben, begrijpen teksten die voor het grootste deel uit veelgebruikte woorden bestaan.

De hoofdboodschap van alle bedrijven heeft te maken met 24/7 betrouwbaar kraanwater leveren: gezond, van heel goede kwaliteit, veilig, beter gecontroleerd dan levensmiddelen en altijd voorradig (sluit aan bij de kernboodschap van Vewin). Bedrijven met grondwater als bron communiceren in specifieke gevallen ook over de positieve eigenschappen van grondwater.

De communicatiespecialisten geven aan dat ze – net als Vewin – steeds meer communiceren over wat zij doen én wat klanten kunnen doen om bronnen schoon te houden. Bewustwording over bijv. het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen zien zij steeds belangrijker worden: ‘wat er niet in zit, hoeft er ook niet uitgehaald te worden’. Ook transparantie wordt steeds belangrijker volgens de communicatiespecialisten, maar voor de meeste klanten vinden zij ‘een bijsluiter of etiket op kraanwater’ niet nodig. Wil de klant of een journalist meer weten, dan moet hij die informatie wel in tweede instantie kunnen krijgen, en dan op toegankelijke wijze. De beeldspraak dat je 2 Olympische zwembaden leeg moet drinken om één aspirine binnen te krijgen, wordt veel gebruikt in de sector.

Waarom kiezen drinkwaterbedrijven voor deze strategie?

Uit de interviews blijkt dat de drinkwaterbedrijven zich allemaal, in meer of mindere mate, bewegen richting het geven van meer informatie en duiding. De communicatiespecialisten hanteren als uitgangspunt dat de klant recht heeft op informatie, maar niets kan met informatie zonder duiding. ‘Alles op de website’ is dan ook geen streven. *“Transparantie is geen doel op zich, maar juist een middel om mensen vertrouwen te geven in de kwaliteit van kraanwater.”*

Door de actualiteit, onder andere rond Dupont/Chemours (GenX), hebben sommige bedrijven veel vragen van journalisten gekregen (o.a. Evides). Deze bedrijven laten meer dan voorheen zien wat ze doen om het kraanwater veilig te houden, hoe ze het controleren en hoe het hele systeem van bron tot kraan – met controles, normering en toezicht – werkt. In perioden met vragen merken de communicatiespecialisten dat de buitenwereld weinig weet van kraanwater en de governance. Samen met inhoudelijke experts bekijken ze hoe ze dit goed kunnen uitleggen. Daarbij vinden ze het belangrijk om in lijn met de andere bedrijven te communiceren. *“Voor de gemiddelde klant maakt het niet uit waar zijn kraanwater vandaan komt, dus we willen dat hij overal dezelfde boodschap krijgt.”*

Het voordeel van de gehanteerde strategie is volgens de communicatiespecialisten – zij baseren zich op klantonderzoek – dat klanten een hoog vertrouwen hebben in hun product, het bedrijf en de sector. Soms is transparantie volgens de communicatiespecialisten noodzakelijk om controle te houden over de informatie. *“Als journalisten zelf kraanwatermonsters nemen en naar een lab sturen, bied je liever zelf de juiste informatie met duiding aan, dan dat verkeerde of onvolledige informatie in de krant belandt.”*

Nadelen van de gehanteerde strategie zijn volgens de communicatiespecialisten dat als het vertrouwen er onverhoopt niet mag zijn, bijvoorbeeld in het geval van een incident, mensen niet alert zijn en dus moeilijker zijn te bereiken. Als er iets aan de hand is, moeten de bedrijven dus heel duidelijk communiceren. Ook als ze een waarschuwing willen geven, bijvoorbeeld over het gebruik van bestrijdingsmiddelen, is het volgens de communicatiespecialisten soms lastig om de boodschap over te brengen. *“Ze denken: jullie zuiveren alles eruit, dus wat is het probleem?”* Een van de

communicatiespecialisten noemt ook als risico van de huidige strategie dat de drinkwaterbedrijven vanuit een autoriteitspositie communiceren, bijna vanuit een soort alwetendheid. *“We sussen het geweten van mensen, terwijl we zelf weten dat er veel komt kijken bij de productie van drinkwater. We zijn redelijk open over onze bedrijfsvoering, maar niet over eventuele bedreigingen.”* Andere nadelen die worden genoemd door de communicatiespecialisten zijn dat het uitdragen van dezelfde boodschap ertoe leidt dat de boodschap heel algemeen is, terwijl er soms behoefte is aan meer duiding of regio-specifieke informatie. Kiest een bedrijf voor meer transparantie en duiding, dan blijkt het lastig te zijn om de informatie laagdrempelig, bijvoorbeeld visueel, aan te bieden. Vergelijken met andere producten is ook lastig, omdat de communicatiespecialisten willen voorkomen dat mensen andere producten gaan wantrouwen.

3.4 Strategie website

Wat is het hoofddoel van de website van drinkwaterbedrijven?

Alle websites van de drinkwaterbedrijven hebben als hoofddoel service bieden. Het wordt de klant gemakkelijk gemaakt om een rekening op te vragen, meterstanden door te geven, informatie over storingen te vinden etc. De websites bieden in meer of mindere mate achtergrondinformatie over drinkwater. Bij het ene bedrijf is die informatie opvallender aanwezig dan bij het andere bedrijf. Soms staat waterkwaliteit genoemd op de homepage, op andere sites worden brokjes informatie gegeven terwijl de klant zijn klantenreis aflegt. Evides heeft ‘Betrouwbaar drinkwater’ een prominente plek op de homepage gegeven. *“Hiermee zeggen we: we zijn niet zomaar een facturatiewebsite van een willekeurig bedrijf, wij zijn van het kraanwater en daar zijn we trots op.”*

De communicatiespecialisten geven aan dat zij uit klantonderzoek weten dat mensen vooral behoefte hebben aan servicepagina's. Water zelf is volgens hen een *low-interest* product: ‘het is er altijd en het is altijd goed’. De communicatiespecialisten weten ook uit onderzoek dat mensen googelen als zij meer informatie willen hebben, in plaats van dat ze rechtstreeks naar de site van het waterbedrijf gaan. Daarnaast geven de communicatiespecialisten aan dat de drinkwaterbedrijven steeds meer andere kanalen, zoals social media, inzetten voor gerichte boodschappen over bijvoorbeeld waterkwaliteit.

Bij welk type klant sluit de website van drinkwaterbedrijven het beste aan?

In de interviews geven de communicatiespecialisten aan dat er een verschil is tussen het servicedeel van de website en de informatie over waterkwaliteit.

In het algemeen sluit de website volgens de communicatiespecialisten het beste aan bij de onbezorgde klant, die vooral geïnteresseerd is in het doorgeven van meterstanden. De meeste sites zijn niet erg ingericht op het verleiden naar informatie, dus de ‘toevallige’ bezoeker klikt meestal niet door.

Met de informatie over waterkwaliteit richten de drinkwaterbedrijven zich volgens de communicatiespecialisten op de geïnteresseerde klant. Of hij bezorgd of onbezorgd is,

daar verschillen de meningen over. Aan de ene kant bestaat het idee dat alleen de groep met zorgen een informatiebehoefte heeft en op dat deel van de website komt. Voor deze groep proberen drinkwaterbedrijven de informatie te wegen en onrust weg te nemen door te laten zien hoe ze controleren, dat ze heel nauwkeurig kijken en dat stoffen die ze vinden in hele lage concentraties – onder de richtwaarden - voorkomen. Daar tegenover staat de opvatting dat de website vooral aansluit bij de onbezorgde klant, *“omdat we toch een beetje ‘mooi weer spelen’ op de site”*. Wel kunnen klanten volgens de communicatiespecialisten altijd contact opnemen met drinkwaterspecialisten als ze meer willen weten. De websites van drinkwaterbedrijven zijn bedoeld voor hoog- en laagopgeleide klanten, maar in de praktijk blijkt het voor veel bedrijven lastig om de informatie over waterkwaliteit op het gewenste (B1-)niveau te krijgen.

Hoe kan de website van drinkwaterbedrijven beter aansluiten bij andere typen klanten?

Gevraagd hoe de bedrijven de onbezorgde, toevallige bezoekers toch meer informatie over waterkwaliteit kunnen geven, vragen de communicatiespecialisten zich af of dat wel via de website moet lopen of dat dat beter via een brief, mailing of social media zou kunnen. Volgens hen is de algemene opvatting bij drinkwaterbedrijven dat het ook voor geïnteresseerde klanten niet nodig is om op de website de informatiebehoefte aan te wakkeren als er geen noodzaak en handelingsperspectief zijn (‘denk niet aan een roze olifant’). Bij incidenten is dat anders, geven zij aan: dan wordt er breed en proactief gecommuniceerd.

Voor bezorgde klanten – een kleine groep, volgens de communicatiespecialisten – vinden zij persoonlijke communicatie met drinkwaterexperts belangrijk. Dat gebeurt telefonisch of schriftelijk, en in uitzonderlijke gevallen wordt er ook wel eens een huisbezoek afgelegd en een monster genomen. Zouden de drinkwaterbedrijven bezorgde klanten toch beter willen bedienen via de website, dan zouden de communicatiespecialisten op de homepage meer informatie geven over de kwaliteit van het kraanwater. De bedrijven geven nu ook al specifieke informatie over bepaalde parameters maar doen dat nu vooral voor specifieke klanten (bedrijven, aquariumbezitters). Voor bezorgde klanten vinden de communicatiespecialisten meer duiding noodzakelijk, zodat mensen weten wat ze zien.

Om geïnteresseerde klanten beter te bedienen via de website, geeft een van de communicatiespecialisten aan dat het bedrijf eerst wil onderzoeken welke informatie klanten missen, want daarvan bestaat nog geen duidelijk beeld. Nu het nieuws over GenX en andere opkomende stoffen weer naar de achtergrond is, blijft het de vraag voor communicatiespecialisten in hoeverre je informatie wilt geven als een onderwerp niet echt leeft. Loden binnenleidingen is ook zo’n onderwerp waar een klant volgens de communicatiespecialisten interesse in zou kunnen hebben, maar waar niet alle drinkwaterbedrijven actief over communiceren.

Lager opgeleide klanten beter bedienen via de website, kan volgens de communicatiespecialisten door tekst en beeld toegankelijker te maken. Met filmpjes kunnen de drinkwaterbedrijven bijvoorbeeld laten zien dat kraanwater elke dag gecontroleerd wordt. *“Daarmee zeg je niet alleen dat kraanwater het best gecontroleerde middel in Nederland is, maar draag je er ook bewijsvoering voor aan, op een manier die aanspreekt.”* Tekst toegankelijker maken en toch de nuance behouden, is een uitdaging, geven de communicatiespecialisten aan.

Tot slot verwachten de communicatiespecialisten ook meer mensen aan te spreken met de boodschap over bronbescherming, omdat daar handelingsperspectief bij zit en beleving een rol speelt. 'Het zit nu nog allemaal hartstikke goed, maar er komen steeds meer nieuwe producten en stoffen, laten we daar wat aan doen met het oog op het schoonhouden van de bronnen en de toekomst van de aarde', wordt dan het verhaal volgens de communicatiespecialisten. Ze geven aan dat drinkwaterbedrijven in dit verhaal niet alleen drinkwaterproducenten zijn, maar ook bedrijven die bezig zijn met natuur, milieu en duurzaamheid. In eerste instantie is dit volgens de communicatiespecialisten interessant voor de milieubewuste, duurzame klant, maar dit kan volgens hen ook gemakkelijk vertaald worden naar een boodschap voor het brede publiek.

3.5 Overige communicatiekanalen

Media

De communicatiespecialisten geven aan dat media een belangrijk communicatiekanaal zijn voor de drinkwaterbedrijven vanwege het grote bereik. Met name regionale en lokale media, en dan vooral bij incidenten of werkzaamheden. Dit wordt dan gecombineerd met het direct aanschrijven van klanten om *“zo veel mogelijk gericht bij die ene klant te komen”*. Ook op andere momenten zoeken de bedrijven volgens de communicatiespecialisten actief media-aandacht, meestal met een boodschap over zuivering, droogte of bronbescherming, niet over de samenstelling van kraanwater. De gemiddelde klant weet volgens hen niet wie zijn waterbedrijf is of waar zijn water vandaan komt. Ze vinden het dus vooral belangrijk om vindbaar te zijn in Google en ze willen daarnaast in perioden dat het relevant is – bijvoorbeeld in een droge zomer – mensen via de media bereiken. Als er iets gezegd wordt over stoffen in water, dan wordt er volgens de communicatiespecialisten altijd bij verteld dat dit binnen de normen blijft. Het vertrouwen in kraanwater en het waterbedrijf vinden zij een belangrijke boodschap in alle media-uitingen. *“Je streeft naar een imago als dat van IKEA en HEMA, die zonder kleerscheuren producten kunnen terugroepen. Niemand die het ze kwalijk neemt, iedereen denkt juist: wat goed dat ze het terugroepen.”*

De doelgroep die de drinkwaterbedrijven met media willen bereiken, is volgens de communicatiespecialisten breed: zowel laag- als hoogopgeleide mensen, bezorgd en onbezorgd. De toon is volgens hen een mix van laagdrempelige ('dichtbij': monteurs op straat) en diepgaander (experts aan het woord) informatie en altijd geruststellend. Afhankelijk van het onderwerp wordt er volgens de communicatiespecialisten meer of minder specifieke informatie gegeven over de veiligheid van kraanwater. Ze geven aan dat de informatie soms minder feitelijk is dan op de website en meer *human interest*. Maar dat het ook zo kan zijn dat een journalist – op zoek naar nieuws – doorvraagt naar bepaalde stoffen en dat er dan een verdieping wordt gegeven ten opzichte van wat op de website staat. Je zou dit in navolging van situationeel management, situationeel communiceren kunnen noemen.

Social media

De communicatiespecialisten geven aan dat social media na de traditionele media steeds belangrijker worden voor drinkwaterbedrijven. Als reden wordt genoemd dat de

bedrijven willen zijn waar de klant is, dus ook op social media. Het opbouwen van een community gaat langzaam, volgens de communicatiespecialisten. Desondanks geven sommigen van hen aan dat hun Facebook-community steeds meer op een doorsnede van het klantenbestand begint te lijken. Het voordeel van social media is volgens de communicatiespecialisten dat als een klant een vraag stelt, er vrij snel op geacteerd kan worden. Er ontstaat dan een gesprek waarvan ook andere klanten kunnen profiteren, of waardoor iets genuanceerd kan worden. Ook geven ze aan dat je met een foto of kort filmpje vrij gemakkelijk aandacht kunt vragen voor iets om dan door te linken naar je website, waar je de ruimte hebt om nog meer duiding te geven.

De doelgroep die de bedrijven met social media willen bereiken, verschilt volgens de communicatiespecialisten per boodschap. Voor elke boodschap zoeken ze naar passende kanalen. Twitter wordt vooral gebruikt voor het reageren op nieuws, Instagram voor jongeren en Facebook voor algemene boodschappen over vacatures, 'na de vakantie je kraan doorspoelen', hardheid en werkzaamheden. Maar ook bronbescherming is volgens de communicatiespecialisten een geschikt onderwerp voor Facebook, zeker als je een concrete boodschap over bijvoorbeeld milieuvriendelijk je terras schoonmaken aan het begin van de lente plaatst. De toon hangt volgens de communicatiespecialisten af van het kanaal en de doelgroep, maar is vaak wat amicaler dan op de website, soms zelfs grappig. Mede hierdoor vinden ze social media niet zo geschikt voor geplande posts over de veiligheid van drinkwater. Bij incidenten ligt dat volgens hen anders, dan wordt de informatie op de website ook verspreid via de sociale kanalen. Ook nieuws – een biologische supermarkt die gefilterd kraanwater aanbiedt of 'flessenwater van restaurantkwaliteit' – kan volgens de communicatiespecialisten een aanleiding zijn om op social media te communiceren over veilig en lekker kraanwater.

Medewerkers van de klantenservice en afdeling Waterkwaliteit

De communicatiespecialisten geven aan dat medewerkers van de klantenservice en experts van de afdeling Waterkwaliteit ook rechtstreeks met klanten communiceren over de veiligheid van water, meestal telefonisch. Dit is volgens hen een belangrijk kanaal voor de drinkwaterbedrijven, omdat het vaak mensen met klachten of vragen betreft. Als voordeel van deze vorm van communicatie noemen ze dat de experts die de vragen beantwoorden, maatwerk kunnen leveren omdat ze echt met de klant in gesprek zijn. Hier kan dus volgens de communicatiespecialisten echt ingespeeld worden op verschillen tussen klanten.

Bijna altijd gaan de klachten of vragen over de comfortparameters: hardheid, kleur, smaak. De communicatiespecialisten geven aan dat deze informatie in veel gevallen ook op de website te vinden is, maar dat ze weten dat sommige klanten liever de telefoon pakken. De toon is volgens hen toegankelijk (begrijpelijk) en transparant. De medewerkers zouden meer specifieke informatie geven over de veiligheid van kraanwater dan op de website staat. De communicatiespecialisten geven aan dat zij er zelf vooral bij betrokken worden als het om incidenten en crisissituaties gaat. Dan wordt er bijvoorbeeld een Q&A gemaakt zodat iedereen, ook webcare- en callcentermedewerkers, dezelfde basisinformatie kan gebruiken.

Nieuwsbrief

Tot slot wordt de nieuwsbrief als belangrijk communicatiekanaal genoemd door de communicatiespecialisten, omdat de drinkwaterbedrijven hiermee actief een groot deel van hun klanten bereiken. Net als in de overige communicatie staat ook in de

nieuwsbrief service centraal, en daarnaast wordt er volgens de communicatiespecialisten ingespeeld op vragen van klanten en de actualiteit. Het doorlinken naar de website zorgt er net als bij social media voor dat je ruimte hebt voor meer duiding.

De doelgroep van de nieuwsbrief is volgens de communicatiespecialisten dezelfde als die van de website, en ook de toon komt overeen met die van de website. De nieuwsbrief kan volgens hen aanleiding zijn om wat meer specifieke informatie te geven over waterkwaliteit. Meestal is dat hardheid, soms bronbescherming en een enkele keer bijvoorbeeld medicijnresten. De communicatiespecialisten zeggen dat ze er soms voor kiezen om medewerkers een blog te laten schrijven voor de website, die dan deels in de nieuwsbrief wordt opgenomen. Zo'n blog heeft wel eens geleid tot extra vragen, bijvoorbeeld toen een medewerker zijn zorgen uitte over een waterwingebied, maar *“het is wel de weg die we in willen slaan, want als je dan het gesprek aangaat met mensen, blijkt het vaak juist prima uit te leggen allemaal”*.

3.6 Resultaten en toekomst

In hoeverre heeft de communicatiestrategie van drinkwaterbedrijven als het gaat om de veiligheid van water geleid tot (meetbaar) resultaat?

De drinkwaterbedrijven hebben volgens de communicatiespecialisten algemene cijfers over het vertrouwen in het bedrijf en kraanwater: dat is hoog. De communicatiespecialisten weten niet in welke mate het hoge klantvertrouwen een gevolg is van de algemene communicatiestrategie van het bedrijf. *“Het heeft waarschijnlijk vooral te maken met het feit dat je als klant misschien één keer in je leven zonder water zit, dus dat je denkt: dat is gewoon allemaal heel goed geregeld.”*

In bepaalde projecten wordt volgens de communicatiespecialisten wel gemeten of doelstellingen gehaald worden, bijvoorbeeld als het gaat om bewustwording over bronbescherming of waterbesparing. Een dergelijk onderzoek naar bewustwording over veiligheid van water is nog niet uitgevoerd, omdat daar volgens de communicatiespecialisten nog geen aanleiding voor was.

Daarnaast houden de drinkwaterbedrijven volgens de communicatiespecialisten gegevens bij over websitebezoek en baseren ze daar deels op aan welke informatie klanten behoefte hebben. Deels, omdat ze er vanuit gaan dat slechts een kleine groep mensen echt op zoek gaat naar informatie. De communicatiespecialisten geven aan dat er plannen zijn om meer te gaan meten, zowel op de website als op social media. Een van hen wil in een besloten Facebook-community ook gaan pre-testen, bijvoorbeeld: ‘wat vindt u van deze tabel, wordt u daar bang van of juist niet?’.

Hoe ziet de ideale informatievoorziening van drinkwaterbedrijven eruit als het gaat om de veiligheid van water?

De ideale informatievoorziening sluit volgens de communicatiespecialisten aan bij wat de klant wil weten en wat de organisatie wil vertellen. *“Als je alleen afgaat op de buitenwereld en meteen gaat rennen, dan loopt dat niet goed af.”* Ze vinden meer duiding belangrijk. Niet alleen doorverwijzen naar een andere website, of denken ‘als

we die analysegegevens er maar op hebben staan, dan is het goed'. Het begint volgens de communicatiespecialisten bij het besef dat kraanwater niet 100 procent puur is. Ze hebben de ervaring dat dit goed uit te leggen valt als je daar proactief over communiceert. Dat dit nu nog niet veel gebeurt, heeft volgens hen eerder te maken met het stellen van andere prioriteiten dan met weerstand op transparantie. Weten dat er stoffen in kraanwater zitten, vinden ze geen doel op zich. Het gaat hen erom dat mensen weten dat het kraanwater betrouwbaar is en 'ja, er zitten wel stoffen in, mineralen, kalk en in hele lage concentraties ook andersoortige stoffen'. *"We moeten werken aan waterbewustzijn."* Transparantie is volgens de communicatiespecialisten een middel, geen doel. Ze vinden dat er steeds gekeken moet worden wanneer het je helpt en wanneer het tegen je kan gaan werken. *"Je hoeft niet alles te weten. Niet omdat wij dat bepalen, maar gewoon omdat je die kennis niet nodig hebt. Maar je moet het wel kunnen terugvinden of opvragen."*

Volgens de communicatiespecialisten zal het spanningsveld tussen wat je wel en niet vertelt, blijven bestaan. Maar het ontwikkelt zich in de tijd. *"Vijf jaar geleden vertelde je misschien helemaal niets en nu zijn er naar ons idee meer mensen proactief op zoek naar informatie en is het misschien handig om meer te vertellen."* Om hier goed mee om te kunnen gaan, vinden de communicatiespecialisten het belangrijk om de vragen die leven binnen en buiten de organisatie goed in beeld te hebben. Het klantenpanel, doelgroeponderzoek, en data van de klantenservice en online (website, social media) worden volgens hen dus steeds belangrijker om je communicatiestrategie te kunnen bepalen.

Hoe ziet de informatievoorziening van drinkwaterbedrijven over vijf of tien jaar eruit als het gaat om de veiligheid van water?

De communicatiespecialisten verwachten dat we in de toekomst alleen nog maar meer te weten zullen komen over de samenstelling van kraanwater. Aan de ene kant zal de drinkwatersituatie onder druk komen te staan door klimaatverandering, verzilting, economische ontwikkelingen en milieuvervuiling. Aan de andere kant zullen de drinkwaterbedrijven als gevolg van technologische en maatschappelijke ontwikkelingen steeds meer gaan meten en communiceren, verwachten ze. *"Het zou ook kunnen dat klanten tegen die tijd zélf meten wat er in het water zit. Of dat mensen zullen zeggen: 'ik wil heel graag in plaats X wonen, want daar is het water heel goed'."* Transparantie en duiding worden dan nog belangrijker, denken de communicatiespecialisten. *"We hadden eerder bijvoorbeeld niets over Legionella op de website. Als er dan iets aan de hand is, zie je dat mensen gaan googelen en altijd wel iets zorgwekkends vinden. Het helpt je als je zelf meer informatie geeft."* Tegelijkertijd hopen ze dat de kennis over water tegen die tijd is toegenomen, waardoor de communicatie in elk geval anders zal zijn. Wat overeind zal blijven, verwachten ze, is de hoofdboodschap: 'het kraanwater is overal in Nederland en Vlaanderen betrouwbaar'.

Samenvattend valt op de gezamenlijke hoofdboodschap van drinkwaterbedrijven is dat zij 24/7 betrouwbaar water leveren: gezond, van heel goede kwaliteit, veilig, beter gecontroleerd dan levensmiddelen en altijd voorradig. Voorts valt op dat drinkwaterbedrijven het uitgangspunt hanteren dat het niet nodig is om de informatiebehoefte aan te wakkeren als er geen noodzaak en handelingsperspectief zijn, zoals bij de veiligheid van water. Die zijn er wel bij bronbescherming, dus daar communiceren ze pro-actiever over. Tegelijkertijd denken de drinkwaterbedrijven dat het goed is om te werken aan waterbewustzijn. Veel mensen denken dat kraanwater 100 procent puur is. De nieuwe kernboodschap zou kunnen zijn dat het water

betrouwbaar is (huidige boodschap) met de aanvulling dat er – net als in de lucht die je inademt – stoffen in zitten: mineralen, kalk en in hele lage concentraties ook andere stoffen (contaminanten), maar altijd in zulke lage concentraties dat drinkwater in alle gevallen veilig is. Transparantie is voor de drinkwaterbedrijven geen doel maar een middel om hun betrouwbaarheid te tonen. Ze willen niet voortdurend van alles roepen over de veiligheid van kraanwater, maar vinden wel dat je deze informatie moet kunnen terugvinden of opvragen.

De informatie over veiligheid van kraanwater op de websites van drinkwaterbedrijven is over het algemeen makkelijk vindbaar en geruststellend van toon. Op alle websites is informatie over de samenstelling van kraanwater te vinden, maar meestal zonder duiding. De meeste drinkwaterbedrijven geven op hun website echter nauwelijks informatie over de aanwezigheid van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater, laat staan informatie over gezondheidseffecten van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater. Ze voelden tot nu toe geen noodzaak om daar meer over te vertellen, omdat ze er ook weinig vragen over krijgen. Bovendien hanteren ze hierbij het uitgangspunt dat ze niet over de effecten van stoffen en gezondheid gaan, en ook niet over de hoogte van de normen

4 Risicoperceptie – empirische bevindingen (i)

4.1 Inleiding

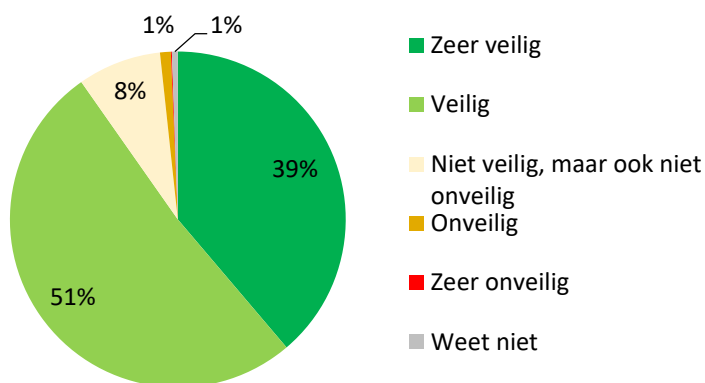
Voor een beter beeld en meer kennis en inzicht in de risicoperceptie van Nederlandse drinkwaterklanten is in deze studie gebruik gemaakt van een online vragenlijst met, zoals in Hoofdstuk 1 uitgelegd, met name meerkeuzevragen verdeeld over de thema's (i) kraanwater, (ii) kwaliteit en veiligheid van kraanwater, (iii) informatie over kraanwater, (iv) de achtergrond van de respondent. Om de resultaten van de statische analyse van deze vragenlijst te duiden zijn in aanvulling hierop interviews uitgevoerd met 24 respondenten vanuit de verschillende perspectieven. In dit hoofdstuk worden de resultaten van deze vragenlijst alsmede de inzichten uit de interviews gepresenteerd op het gebied van risicoperceptie. Ook in hoofdstuk 5 worden resultaten uit de vragenlijst en de interviews gepresenteerd, deze gaan echter primair over de informatiebehoeften van klanten.

4.2 Veilig kraanwater

Veruit het grootste deel van de klanten ervaart het Nederlandse kraanwater als veilig (90%), en 1 op de 100 klanten ervaart het kraanwater als onveilig (Figuur 4-1). Vrouwen en lager opgeleiden (Figuur 4-2, Tabel 4-1) ervaren het kraanwater significant vaker als onveilig. Leeftijd en het al dan niet leven met een chronische ziekte (door de respondent zelf, of zijn/haar kind) hebben geen significante invloed op de ervaring van kraanwater als veilig. Wel zien we een verschil tussen de ervaren veiligheid van klanten met en zonder kinderen⁶, waarbij klanten met kinderen kraanwater significant vaker ervaren als onveilig. Nadere analyse (Tabel 8-2, Bijlage I) laat echter zien dat dit enkel het geval is voor vrouwelijke klanten met kinderen ($p < 0.01$) en niet voor mannelijke klanten met kinderen ($p = 0.4$). Wel zijn significante verschillen waargenomen tussen klanten met verschillende perspectieven en klanten met kraanwater afkomstig van verschillende bronnen (Figuur 4-2,

Tabel 4-1). Klanten met het bewust & betrokken (wij) perspectief, klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief, en klanten die denken kraanwater van grondwater te ontvangen ervaren het kraanwater vaker als veilig vergeleken met klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief en klanten die niet weten vanuit welke bron hun kraanwater vandaan komt.

⁶ Klanten met kinderen worden gedefinieerd als zwangere vrouwen, klanten met jonge kinderen (jonger dan 13) en oudere kinderen (ouder dan 12).

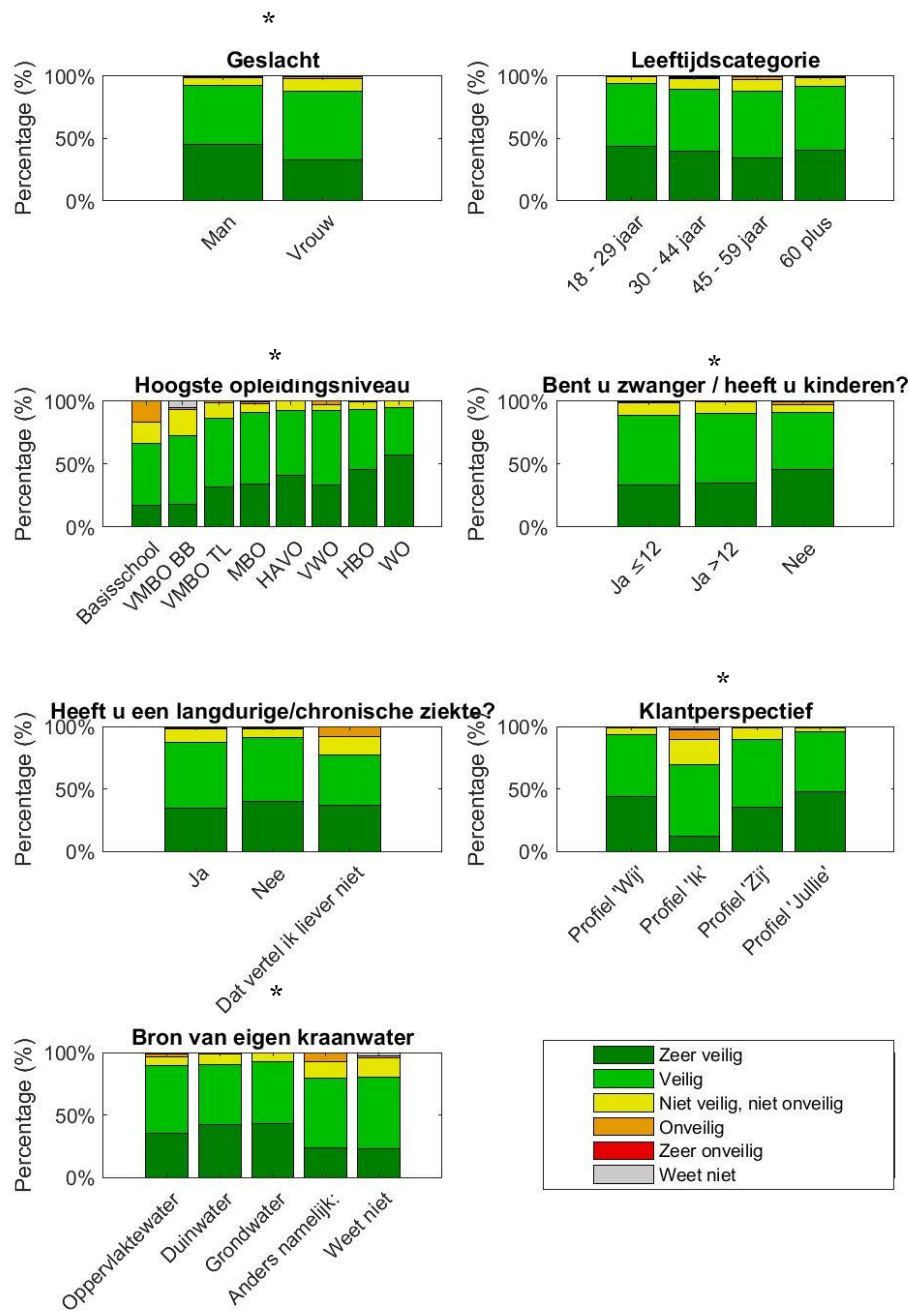


Figuur 4-1 Gepercipieerde veiligheid van het Nederlandse kraanwater.

Tabel 4-1 Testresultaten relaties tussen klanteigenschappen en ervaren veiligheid. Eigenschappen worden pas als typerend geïdentificeerd als een significant verschil (aangeduid met *) wordt aangetoond tussen binaire variabelen (Mann-Whitney U test), als een significante lineaire relatie wordt vastgesteld (Spearman rangcorrelatie) of de verdeling significant afwijkt van de verwachte verdeling (Chi-kwadraattoets), en wanneer de kans op toeval klein is binnen deze steekproef ($p \leq 0,05$). N=1051

	Het ervaren van kraanwater als veilig		Gebruikte toets
	U, rho of χ^2	p	
Geslacht *	U = 118230	<0,001	Mann-Whitney
Leeftijd	rho = 0,04	0,22	Spearman
Opleiding *	rho = -0,20	<0,001	Spearman
Zwanger/kinderen *	U = 119320	<0,01	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	U = 76420	0,06	Mann-Whitney
Chronisch ziek	U = 88656	0,06	Mann-Whitney
Klantperspectief *	$\chi^2 = 128$	<0,001	Chi ²
Bron *	$\chi^2 = 47$	<0,001	Chi ²

U = toetsingsgrootte van Mann-Whitney U test, rho = Spearman rangcorrelatie coëfficiënt, χ^2 = toetsingsgrootte Chi kwadraattoets



Figuur 4-2 Relatie tussen het ervaren van kraanwater als veilig en klanttyperingen als geslacht, leeftijd, opleiding, het hebben van kinderen of een chronische ziekte, het klantperspectief en de bron. Klanttyperingen met een (*) vertonen significante verschillen ten aanzien van de perceptie van de veiligheid van het kraanwater.

4.2.1 Inzichten aanvullende interviews

In de interviews wordt het hierboven genoemde beeld bevestigd. Kraanwater wordt door veruit de meeste respondenten als het zeer veilig ervaren. Op de vraag ‘Hoe veilig ervaart u het Nederlandse kraanwater?’ geven respondenten antwoorden zoals “gewoon goed”, “100%” en “hartstikke veilig”, of zoals een respondent het verwoordde: “Er zit

nooit rommel in het water, het is altijd schoon, en ik drink het altijd direct uit de kraan.”

Bij doorvragen naar de achterliggende factoren voor dit vertrouwen, worden meerdere aspecten genoemd. De belangrijkste is een sterk vertrouwen in instituties die kraanwater in Nederland reguleren. Hierbij wordt vaak gewezen naar de drinkwaterbedrijven. Volgens respondenten hebben zij hun zuivering en controles goed op orde. Uitspraken zoals *“ik denk dat de zuivering goed is, anders hadden we natuurlijk geen schoon water gehad”*, *“eigenlijk ga ik ervan uit dat ik ieder moment water uit de kraan kan drinken, omdat het goed gecontroleerd wordt”*, of kortweg *“ik ga ervanuit dat het grondig gedaan wordt”* geven dit vertrouwen goed weer.

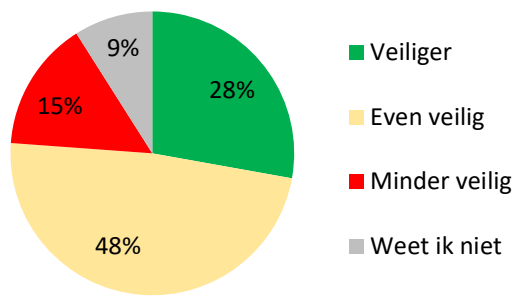
Ook bestaat een groot vertrouwen in de algemene beleid- en regelgeving op het gebied van kraanwater in Nederland. Het volgende gespreksonderdeel kenmerkt dit vertrouwen: *“Nederland is het land van de regels. [Aan welke regels denk je dan aan?] Dat weet ik niet. Ik ben er eigenlijk nooit mee bezig. Als ik een glaasje water drink uit de kraan, denk ik er nooit bij na of het veilig is of niet.”*

Maar vertrouwen in instanties is niet de enige factor. Respondenten geven ook aan dat positieve verhalen, en het uitblijven van negatieve verhalen, over Nederlands kraanwater hieraan bijdragen. *“Je hoort er nooit iets over, dat er ellende is, of dat er iets fout gaat. Nederlands kraanwater is gewoon van zeer goede kwaliteit.”* Als het misgaat verwachten mensen bovendien te worden geïnformeerd. *“Stel dat er iets mis is met het kraanwater is, dan ga ik er vanuit het dat het drinkwaterbedrijf die informatie zal verstrekken”*. De media spelen hier een belangrijke rol in. *“Ik heb geen verontrustende verhalen gehoord over de kwaliteit van mijn kraanwater. Ik heb geen verhalen gehoord die wijzen op een probleem. En ik volg dit goed. Ik hou de berichtgeving in de gaten rondom gezondheid en kijk 's avonds naar actualiteitenrubrieken.”*

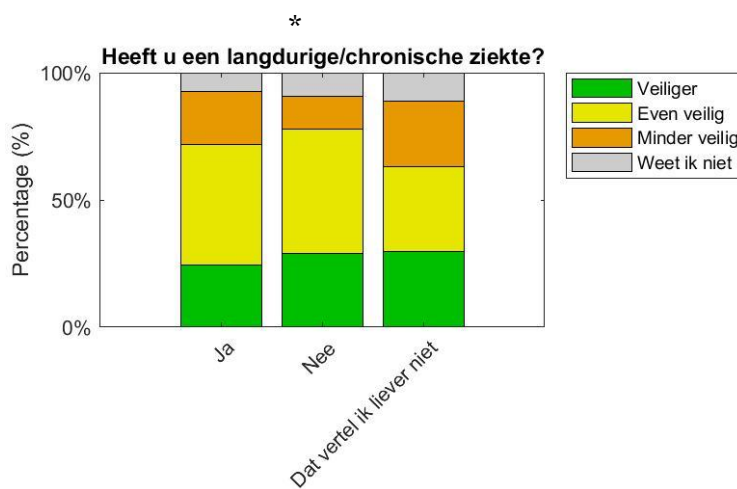
Persoonlijke ervaringen en verhalen in jeugd zijn een andere belangrijke basis voor het grote vertrouwen. Antwoorden zoals *“Ik gebruik het al 60 jaar, nooit last van gehad”*, en *“dat heb ik meegekregen vanuit mijn jeugd. Ik heb altijd geleerd dat kraanwater goed is, zelfs beter dan in de meeste andere landen. Het is goed voor je gezondheid”* geven dit goed weer. Ook uitstapjes naar drinkwaterzuiverings- of afvalwaterzuiveringsinstallaties (waar niet alle respondenten een duidelijk onderscheid tussen maken) werken heel positief.

4.3 Veiligheid in de tijd

De meeste klanten hebben het gevoel dat het kraanwater in vergelijking met 10 jaar geleden nu even veilig is (48%), zie Figuur 4-3. Iets meer dan een kwart (28%) denkt dat het kraanwater veiliger is geworden (28%); 15% denkt dat het minder veilig is geworden. Klanten die kraanwater als veilig ervaren zijn vaker tevens van mening dat het kraanwater veiliger is geworden (Spearman rangcorrelatie, $p < 0,001$). Klanten die het kraanwater van nu veiliger achten dan 10 jaar geleden zijn niet significant gecorreleerd aan karakteristieken zoals geslacht of leeftijd; echter klanten met een chronische ziekte beoordelen het kraanwater significant vaker als minder veilig dan 10 jaar geleden (Mann-Whitney U test $p < 0.01$; Figuur 4-4).

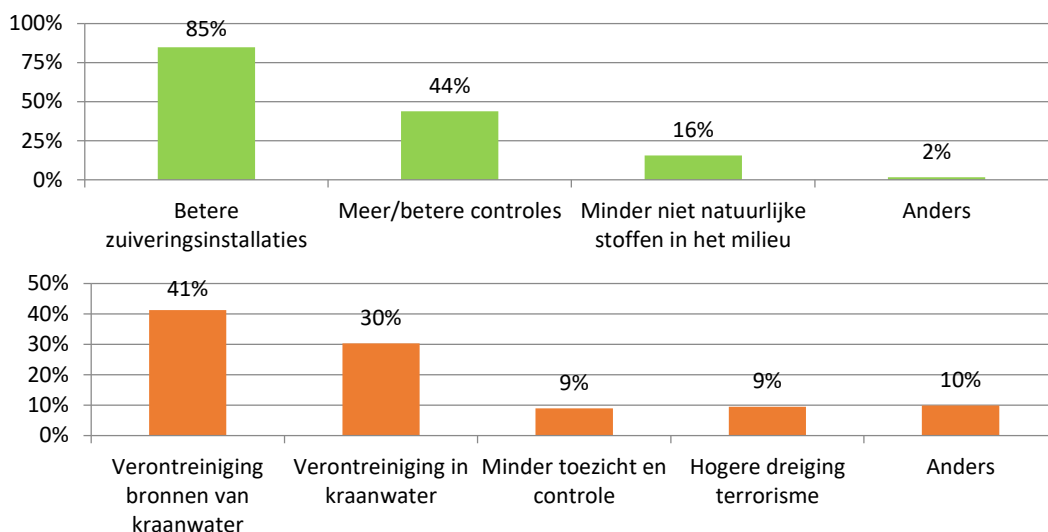


Figuur 4-3 Verdeling perspectieven 'Is het Nederlandse kraanwater in vergelijking met 10 jaar geleden volgens u nu veiliger, minder veilig of even veilig?



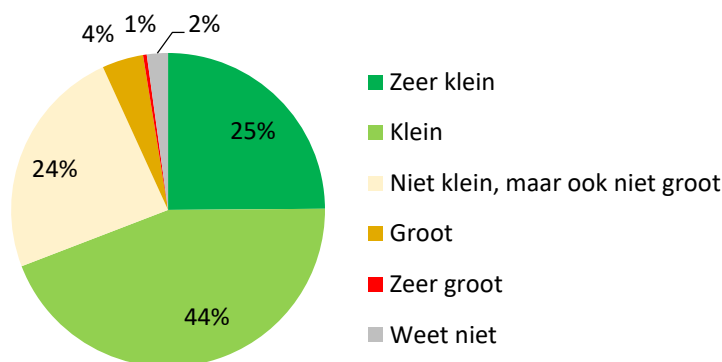
Figuur 4-4 Klanten met een chronische ziekte beoordelen het kraanwater significant als minder veilig in vergelijking met 10 jaar geleden.

Aan alle respondenten die het kraanwater nu als veiliger beschouwen in vergelijking met tien jaar geleden (28% van het totaal) is gevraagd waarom zij denken dat het water veiliger is geworden. De toename van veiligheid is door deze respondenten toe te schrijven aan met name betere zuiveringsinstallaties (85%), meer of betere controles (44%) en/of minder niet-natuurlijke stoffen in het milieu (16%), zie Figuur 4-5. De groep klanten die het kraanwater van nu als minder veilig ziet dan 10 jaar geleden (15%), relateert dit aan verhalen over verontreinigingen van rivieren/grondwater, ofwel de bronnen van kraanwater (41%), verhalen over verontreiniging in kraanwater (30%), minder toezicht en controle en hogere dreiging van terrorisme (beide 9%).



Figuur 4-5 Reacties op 'Waarom denkt u dat het Nederlandse kraanwater veiliger (boven) of minder veilig (onder) is geworden?'

Driekwart van de klanten acht de kans (zeer) klein dat er zich een ernstige verontreiniging voordoet in het kraanwater (Figuur 4-6). Vijf op de 100 klanten achten deze kans (zeer) groot. Klanten die het kraanwater als onveilig beschouwen, zijn ook vaker van mening dat de kans op een ernstige verontreiniging groter is (Spearman rangcorrelatie, $p < 0,05$).



Figuur 4-6 Verdeling van mening over de kans dat zich een ernstige verontreiniging voordoet in het kraanwater.

4.3.1 Inzichten aanvullende interviews

Vooruitkijkend op de komende tien jaar, komt uit de aanvullende interviews een gemengd beeld naar boven. Sommige respondenten zijn positief: er komen steeds minder verontreinigingen in het milieu door een afname van de industrialisatie en een strikter milieubeleid: *“100 jaar geleden zat er hier in de regio veel industrie: textiel, Philips. Dat is nu veel minder. Dus er komen veel minder verontreinigingen in de bodem. Dan moet de kwaliteit wel verbeteren.”* Een andere respondent denkt dat het veiliger wordt *“omdat de milieueisen steeds strenger worden, ook met uitlaatgassen enzo. Ik ga ervan uit dat dat een pakket is, en dat daar goed naar gekeken wordt.”*

Bovendien kunnen we er met nieuwe zuiveringstechnologieën steeds meer uithalen: *“ik denk dat het door de technologie nog veiliger zal worden. De zuivering wordt steeds beter.”*

Andere respondenten kijken de toekomst met meer zorgen tegemoet. Er zijn zorgen over toegenomen verontreiniging in het milieu (bodem, grondwater en oppervlaktewater). *“De hele wereld vervuult. Niet alleen in Nederland - hier zijn we nog best goed bezig - maar ook in andere landen. Dit komt uiteindelijk in het water terecht. Plastic, microplastics. Dit komt ook allemaal in het water.”* Ook een andere respondent denkt *“dat er meer bedreigingen komen. Zoals meer medicijnen, of andere verontreinigingen. Ik denk dat het water in de toekomst moeilijker schoon te houden is.”* En specifiek over nieuwe stoffen geeft een respondent aan dat *“als we geen maatregelen nemen tegen medicijndumping en drugslozingen, dat we dan misschien wel meer gevaarlijke stoffen in ons kraanwater krijgen.”*

Er zijn geen sterke patronen te vinden kijkend naar de verschillende klantperspectieven. Klanten met ofwel het egalitair & solidair (zij) of het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief lijken iets meer vertrouwen te hebben in instituties; klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief in de techniek; en klanten met het bewust & betrokken (wij) perspectief in een schonere omgeving door toegenomen bewustzijn over duurzaamheid.

4.4 Gepercipieerde kwaliteit en veiligheid

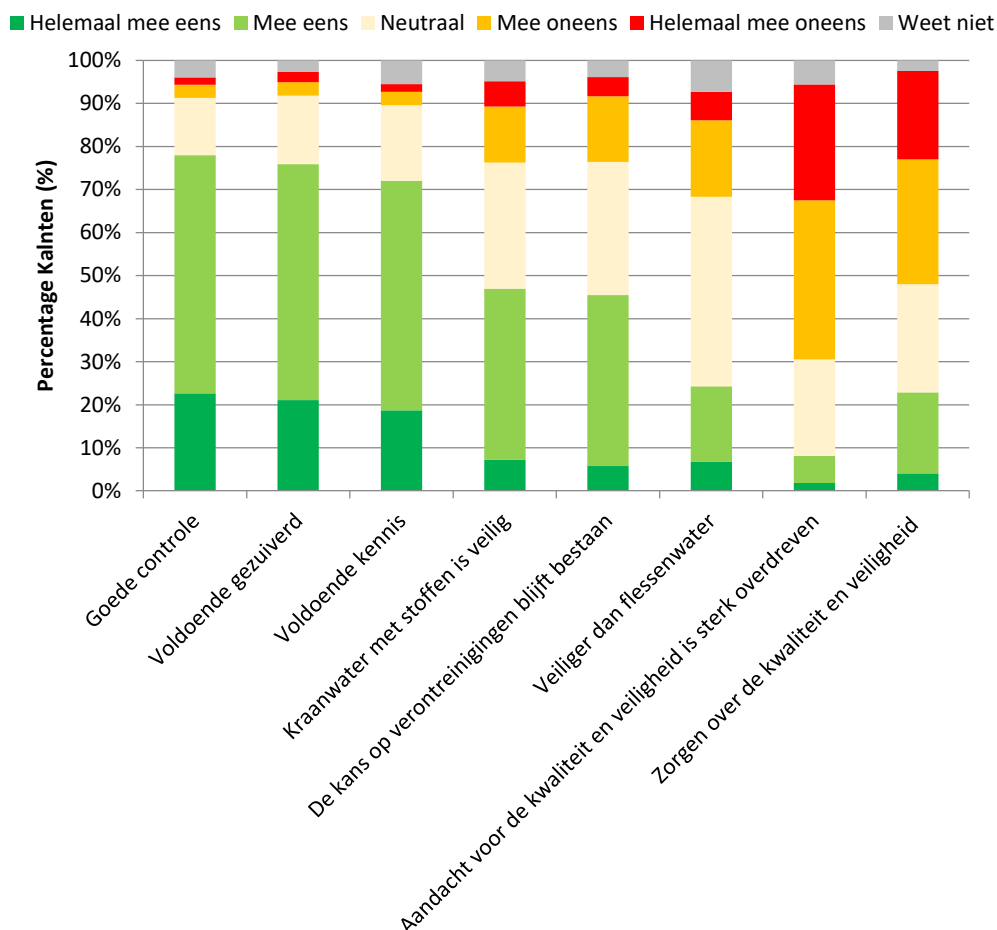
De respondenten kregen de volgende stellingen voorgelegd waar ze het al dan niet (helemaal) mee (on)eens konden zijn:

- De kwaliteit en veiligheid van kraanwater wordt in Nederland goed gecontroleerd
- Kraanwater wordt in Nederland voldoende gezuiverd
- Mijn drinkwaterbedrijf heeft voldoende kennis om mijn kraanwater veilig te houden
- Kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen is veilig om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt
- Al doen Nederlandse drinkwaterbedrijven nog zo hun best, de kans op ernstige verontreinigingen in kraanwater blijft bestaan
- Nederlands kraanwater is veiliger dan flessenwater
- De aandacht in Nederland voor de kwaliteit en veiligheid van kraanwater is sterk overdreven
- Ik maak mij wel eens zorgen over de kwaliteit en veiligheid van Nederlands kraanwater

De meest klanten zijn van mening dat de kwaliteit en veiligheid van kraanwater voldoende wordt gecontroleerd (78%), het kraanwater voldoende wordt gezuiverd (76%) en er voldoende kennis aanwezig is bij drinkwaterbedrijven (72%). Daarnaast vindt bijna de helft van de klanten dat de kans op ernstige verontreinigingen blijft bestaan, al doen Nederlandse drinkwaterbedrijven nog zo hun best. Bijna de helft van de klanten (44%) is neutraal over de stelling dat kraanwater veiliger is dan flessenwater; een kwart van de klanten (24%) vindt kraanwater veiliger, terwijl weer een ander kwart juist het idee heeft dat flessenwater veiliger is. Een klein deel van de klanten (8%) vindt de aandacht voor kwaliteit en veiligheid sterk overdreven.

Naast deze resultaten - waar bovenal vertrouwen uitstraalt - zijn er twee uitkomsten die aangeven dat er nog duidelijk ruimte voor verbetering is. Zo geeft bijna een kwart van

de klanten (23%) aan zich wel eens zorgen te maken over de kwaliteit en veiligheid van het Nederlandse kraanwater. Nog ingewikkelder is dat minder dan de helft van de klanten (47%) van mening is dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt. Beide uitkomsten zijn nader geanalyseerd en worden weergegeven in respectievelijk Sectie 4.5 'Zorgen over de kwaliteit en veiligheid' en in Sectie 4.8 'Gepercipieerde veiligheid en de normen'.

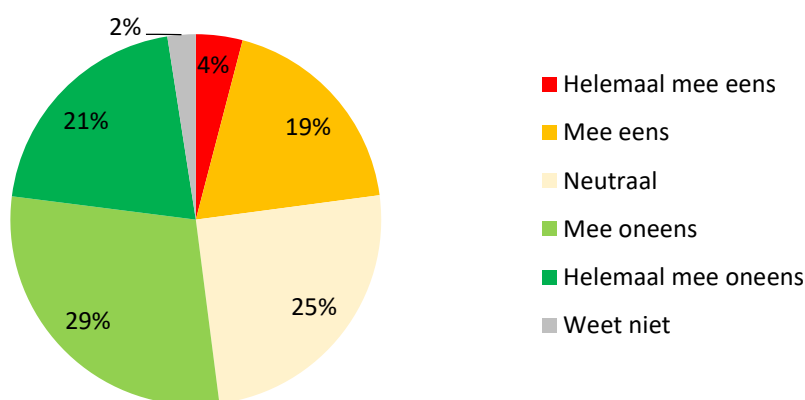


Figuur 4-7 Mening over de genoemde stellingen.

Onderling correleren bijna alle reacties met elkaar. Zo vinden klanten die van mening zijn dat kraanwater veiliger is dan flessenwater ook dat kraanwater voldoende wordt gecontroleerd, dat kraanwater voldoende wordt gezuiverd, dat er voldoende kennis aanwezig is bij het drinkwaterbedrijf en dat kraanwater met stoffen veilig is. De enige stelling die bijna geen onderlinge correlaties laat zien is dat de kans op een ernstige verontreiniging blijft bestaan: klanten die het eens zijn met deze stelling maken zich ook vaker zorgen over de kwaliteit en de veiligheid van het kraanwater, maar laten geen relatie zien met de andere stellingen.

4.5 Zorgen over de kwaliteit en veiligheid

Hoewel blijkt dat veruit het grootste deel van de klanten het Nederlandse kraanwater ervaart als veilig (90%), duiden bovenstaande antwoorden er dus op dat dit niet betekent dat klanten zich nooit zorgen maken over de kwaliteit en de veiligheid van het kraanwater. Een kwart van de Nederlandse klanten geeft aan zich hierover wel eens zorgen te maken (23%). De helft van de Nederlandse klanten heeft geen zorgen over het Nederlandse kraanwater. Klanten met kinderen⁷ hebben significant vaker zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het Nederlandse kraanwater. Dit patroon is echter alleen significant voor vrouwen (Mann-Whitney U test, $p < 0.01$), en dus niet voor mannen ($p = 0.16$). Daarnaast zijn significante verschillen waargenomen tussen klanten met verschillende perspectieven en klanten met kraanwater van verschillende (gepercipieerde) bronnen (Figuur 4-9, Tabel 4-2). Klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief maken zich significant vaker zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het Nederlandse kraanwater, in tegenstelling tot de klanten met nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief die zich hierover minder vaak zorgen maken. Klanten die denken kraanwater van grondwater te ontvangen maken zich minder vaak zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater, klanten die niet weten waar het kraanwater vandaan komt maken zich hierover juist vaker zorgen.



Figuur 4-8 Verdeling klantervaringen 'ik maak mij wel eens zorgen over de kwaliteit en veiligheid van Nederlands kraanwater'. Let op de kleurschaal is anders dan in Figuur 4-7.

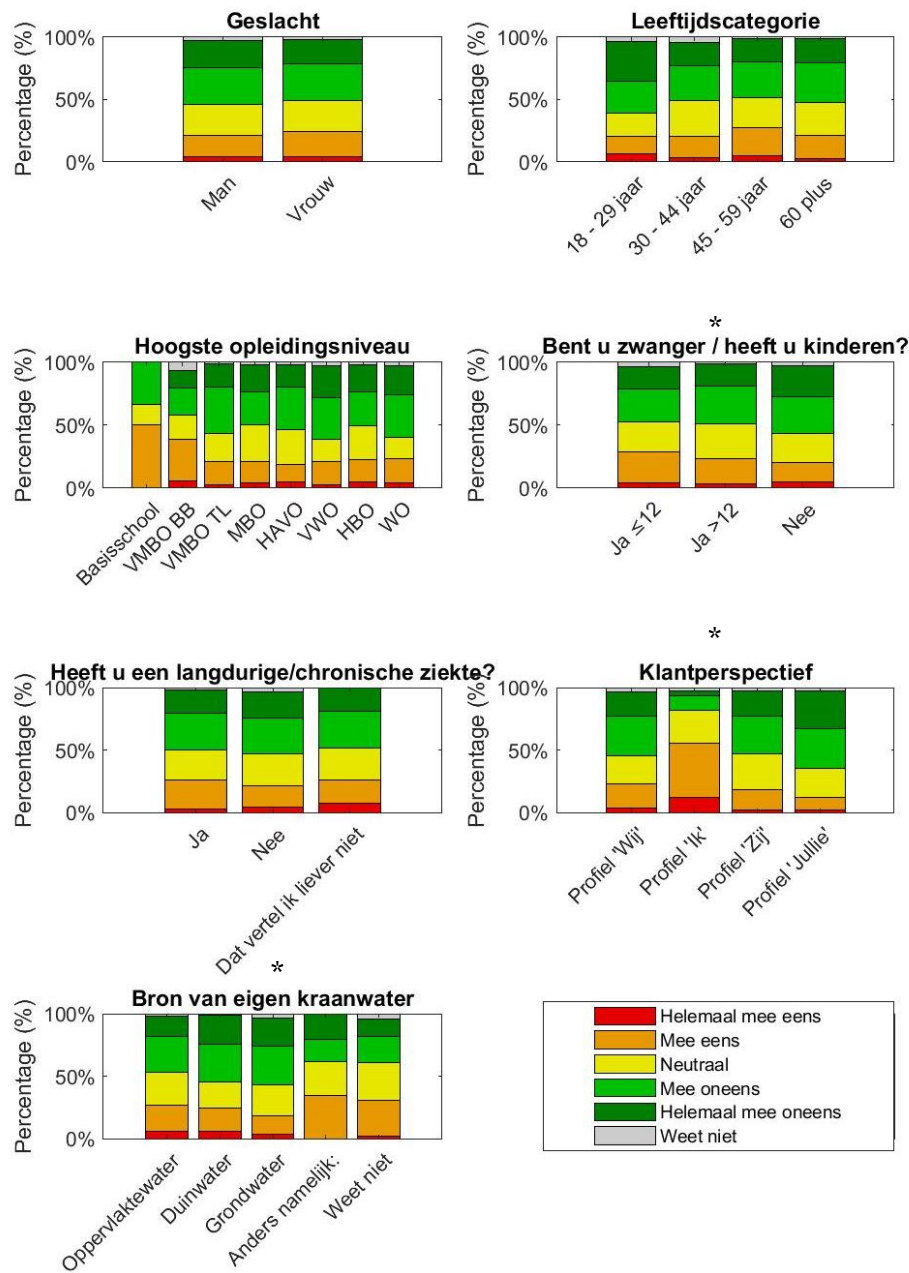
Tabel 4-2 Testresultaten relaties tussen klanttypering en de mate van zorgen over de kwaliteit en veiligheid. Eigenschappen worden pas als typerend geïdentificeerd als een significante verschil (aangeduid met *) wordt aangetoond tussen binaire variabelen (Mann-Whitney U test), als een significante lineaire relatie wordt vastgesteld (Spearman rangcorrelatie) of de verdeling significant afwijkt van de verwachte verdeling (Chi-kwadraattoets), en wanneer de kans op toeval klein is binnen deze steekproef ($p \leq 0,05$). N=1031.

	Het maken van zorgen over kwaliteit en veiligheid		Gebruikte toets
	U, rho of χ^2	p	
Geslacht	U = 127788	0,31	Mann-Whitney

⁷ Klanten met kinderen worden gedefinieerd als zwangere vrouwen, klanten met jonge kinderen (jonger dan 13) en oudere kinderen (ouder dan 12).

Leeftijd	rho = 0,05	0,11	Spearman
Opleiding	rho = -0,05	0,10	Spearman
Zwanger/kinderen *	U = 114876	<0,01	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	U = 72188	0,06	Mann-Whitney
Chronisch ziek	U = 88297	0,31	Mann-Whitney
Klantperspectief *	$\chi^2 = 120$	<0,001	Chi ²
Bron *	$\chi^2 = 33$	<0,01	Chi ²

U = toetsingsgrootte van Mann-Whitney U test, rho = Spearman rangcorrelatie coëfficiënt, χ^2 = toetsingsgrootte Chi kwadraattoets.



Figuur 4-9 Relatie tussen klanttyperingen als geslacht, leeftijd, opleiding, het hebben van kinderen of een chronische ziekte, het klantperspectief en de bron en het hebben van zorgen over de kwaliteit en veiligheid van kraanwater. Klanttyperingen met een (*) maken zich significant meer of minder zorgen.

Klanten die zich weinig zorgen maken over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater zijn het vaker eens met de volgende stellingen (Spearman rangcorrelatie, $p < 0,05$):

- De kwaliteit en veiligheid van kraanwater wordt in Nederland goed gecontroleerd
- Kraanwater wordt in Nederland voldoende gezuiverd
- Mijn drinkwaterbedrijf heeft voldoende kennis om mijn kraanwater veilig te houden
- Kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen is veilig om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt

Het kan niet significant worden aangetoond dat klanten die zich veel zorgen maken over de kwaliteit en veiligheid van kraanwater flessenwater veiliger vinden.

Klanten die zich zorgen maken over de kwaliteit en veiligheid zijn het vaker eens met de volgende stellingen (Spearman rangcorrelatie, $p < 0,05$):

- Al doen Nederlandse drinkwaterbedrijven nog zo hun best, de kans op ernstige verontreinigingen in kraanwater blijft bestaan
- De aandacht in Nederland voor de kwaliteit en veiligheid van kraanwater is sterk overdreven⁸

De respondenten die aangegeven zich zorgen te maken over de kwaliteit en veiligheid van kraanwater hebben in een open vervolgvraag aangegeven waar zij zich zorgen over maken. De meeste zorgen worden gemaakt over verontreinigingen van grondwater en oppervlaktewater (44%). Het vaakst genoemd zijn medicijnresten, zoals antibiotica (10%), industriële lozingen (5%), bestrijdingsmiddelen (4%), drugs(afval) (3%) en in mindere mate plastic, cosmetica en hormoonverstorende stoffen. Vervolgens maken mensen zich de meeste zorgen over de kwaliteit van het kraanwater (31%). In deze groep mensen maakt 6% zich zorgen over de gezondheid en 24% wat er in het kraanwater zit. De mensen die zich zorgen maken over hun gezondheid in relatie tot kraanwater zijn met name bezorgd over de (onbekende) lange termijn effecten, of je ziek kan worden van slecht water en de algemene effecten op de gezondheid. Over de kwaliteit van het water zijn de meeste mensen bezorgd over stoffen in kraanwater (5%), over de hardheid van het kraanwater (2%) en in mindere mate over bacteriën, plastic, hormoonverstorende stoffen, chloor, fluoride, smaak en de helderheid van kraanwater. Van de klanten die zich zorgen maken, maakt 12% zich wel eens zorgen over een calamiteit of een opzettelijke aanval op het kraanwater, zoals een terroristische aanslag, al dan niet bovenop de zorgen over verontreinigingen. Opmerkelijk is dat binnen deze groep mensen 2% aangeeft dat het produceren van kraanwater mensenwerk is en dat er altijd fouten kunnen worden gemaakt in het bedrijfsproces, waardoor onveilige situaties kunnen ontstaan. 6% had geen toelichting gegeven; de resterende 7% maakte zich zorgen over de normen, de kosten, de transparantie en hoe de drinkwaterbedrijven voldoende schoon water in de toekomst kunnen waarborgen.

4.5.1 Inzichten aanvullende interviews

Hoewel ook het merendeel van de respondenten tijdens de interviews vol vertrouwen was, zijn ook daar zorgen geuit over de kwaliteit van drinkwater. De zorgen worden vooral geuit onder klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) en nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief. De zorgen komen grotendeels voort uit (verhalen over) nieuwe, onbekende stoffen in het milieu. Een voorbeeld hiervan is het volgende antwoord: *“de luchtkwaliteit in Nederland is erg belabberd. En via de lucht komt het op akkers, in grondwater en oppervlaktewater, en misschien wel in ons drinkwater. Of het kippenverhaal, daar zaten ook problemen aan de biologische kant. Ik woon in Brabant,*

⁸⁸ Hoewel alles erop duidt dat respondenten heel consistent hebben geantwoord, is dit resultaat lastig te duiden. Logischer zou zijn als klanten met zorgen hiervoor juist meer aandacht zouden willen.

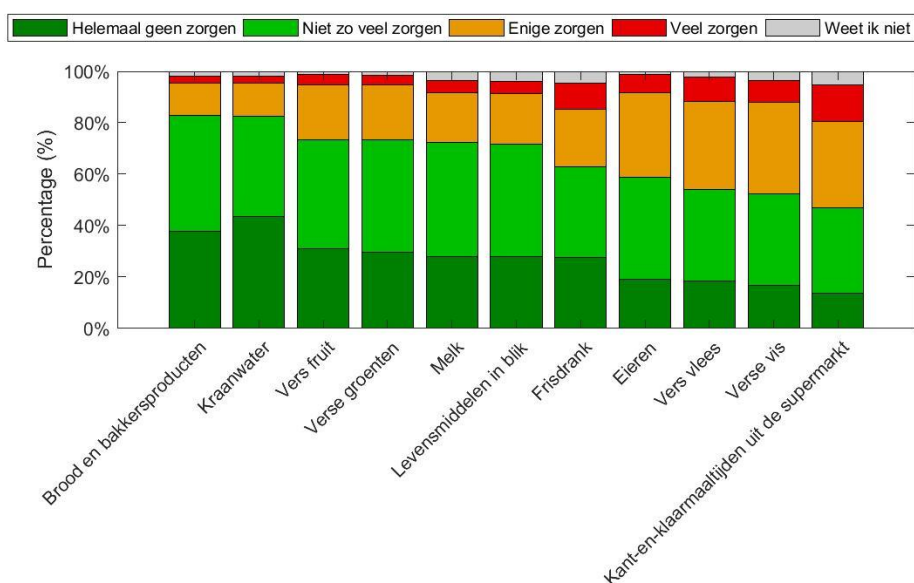
daar hebben we waterbekkens. Vogels vliegen er overheen, misschien wel met de vogelziekte. Alles staat met elkaar in verband. Dit soort verhalen verontrusten mij wel.” Ook nieuwe stoffen leiden tot zorgen: *“als je verhalen hoort over medicijnen die gedumpt worden, of drugs....dan word ik toch een beetje bang.”*

Bij mensen met deze zorgen lijkt het uitblijven van informatie juist achterdocht op te wekken. Een respondent verwoordt dit als volgt: *“Ik heb nooit verhalen gehoord. Ik hoor er eigenlijk nooit wat over. Het is altijd wel rustig qua nieuws. Ik zou het fijn vinden als ik een keer hoor wat er gebeurt met mijn water, hoe het schoongemaakt wordt. Wat de kwaliteit is in mijn gemeente”.* Een andere respondent zou ook graag meer informatie ontvangen van drinkwaterbedrijven: *“het enige wat ze doen is de watermeter opnemen. En dan zeggen ze er ook niks over, niks over de kwaliteit. Zou je dat waarderen? Ja zeker, het is toch een geruststelling als ze zeggen we zijn met innovatieprojecten bezig, en dit en dit is wat we doen.”*

Opvallend is ook dat de politiek door deze respondenten niet helemaal wordt vertrouwd. Een respondent vertrouwt *“het drinkwaterbedrijf zelf wel, maar bij overheden heb ik meer twijfel, daar spelen toch veel meer belangen dan het product. Dat hele politieke gebeuren, als ik daar aan denk begin ik toch minder zeker te zijn.”*

4.6 Kraanwater in perspectief

Om de eventuele zorgen om kraanwater in perspectief te plaatsen is respondenten ook gevraagd aan te geven in hoeverre zij zich eventueel zorgen maken over de kwaliteit en veiligheid van andere producten. Hieruit komt het beeld naar voren dat kraanwater van bijna alle onderzochte productgroepen de minste zorgen oproept. Na, brood en bakkersproducten (83%) hebben klanten de minste zorgen over kraanwater (82%), zie Figuur 4-10. Van alle genoemde producten maken klanten zich het vaakst helemaal geen zorgen over kraanwater (44%).



Figuur 4-10 Zorgen over de verschillende producten in perspectief tot kraanwater.

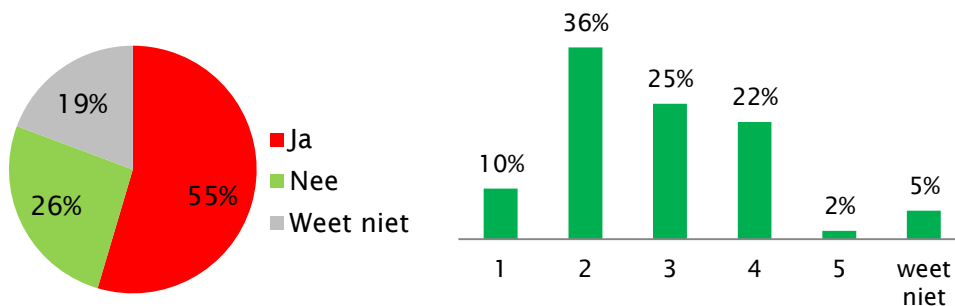
4.6.1 Inzichten aanvullende interviews

In de interviews relativeerden sommige respondenten de hoeveelheid stoffen in drinkwater. *“Ik woon ook niet in een steriele omgeving. Als ik naar buiten ga, adem ik ook slechte stoffen in.”* Of zoals een andere respondent het verwoordde: *“Er zijn zoveel dingen slecht voor je tegenwoordig. Wat kan je nog wel veilig eten en drinken? Dus ja, heeft het nu zin om me daar heel erg druk over te gaan maken?”*

4.7 Perceptie van niet-natuurlijke stoffen

Het merendeel van de klanten (55%) denkt dat er niet-natuurlijke stoffen in het kraanwater voorkomen (Figuur 4-11). Niet-natuurlijke stoffen zijn in de vragenlijst omschreven als stoffen die door de samenleving in het milieu terecht komen, bijvoorbeeld vanuit de industrie, de landbouw/veeteelt, ziekenhuizen en huishoudens, zoals bestrijdingsmiddelen, schoonmaakmiddelen, medicijnen en cosmetica. Op een schaal van 1-5, waar een 1 staat voor vrijwel geen, en een 5 voor heel veel, denken klanten het vaakst dat stoffen voorkomen op niveau 2 (36%), gevolgd door niveau 3 (25%) en niveau 4 (22%).

Klanten die denken dat er niet-natuurlijke stoffen voorkomen in kraanwater zijn significant vaker man, jong, hoog opgeleid en zijn klanten die zwanger zijn of kinderen hebben jonger dan 13 (Tabel 4-3 en Figuur 4-12). Ook klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief zijn significant vaker van mening dat niet-natuurlijke stoffen in kraanwater aanwezig zijn; klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief menen significant vaker van niet. Mensen met een lagere opleiding geven significant vaker een hogere mate aan van de aanwezigheid van niet-natuurlijke stoffen.



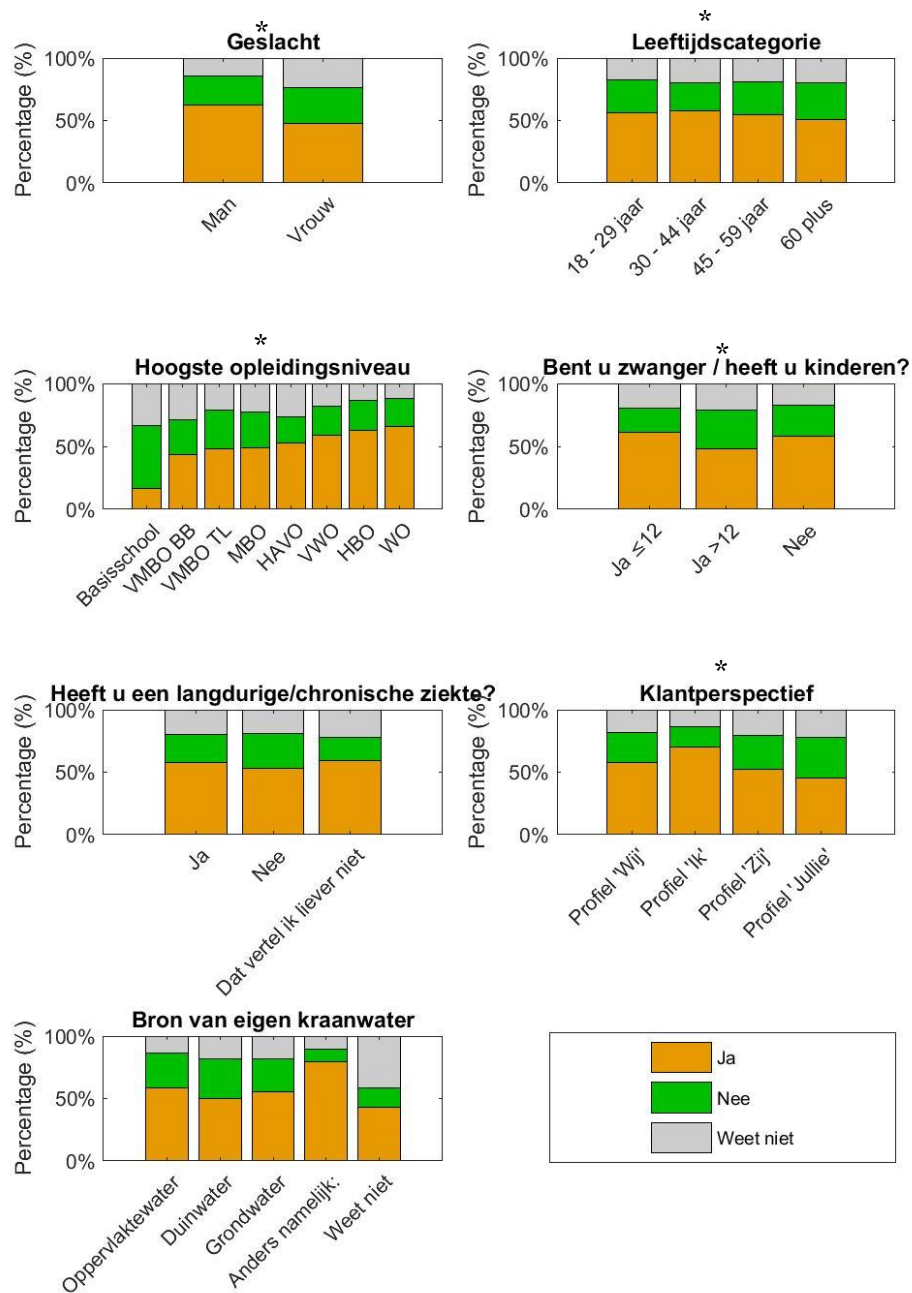
Figuur 4-11 Verdeling van de perceptie of er niet-natuurlijke stoffen in het kraanwater zitten (links) en zo ja, op een schaal van 1-5 hoeveel of hoe weinig niet-natuurlijke stoffen er in het kraanwater zitten (rechts), waar een 1 staat voor vrijwel geen, en een 5 voor heel veel.

Tabel 4-3 Testresultaten relaties tussen klanttyperingen en de mening of er niet-natuurlijke stoffen in het kraanwater zitten. Eigenschappen worden pas als typerend geïdentificeerd als een significant verschil (aangeduid met *) wordt aangetoond tussen binaire variabelen (Mann-Whitney U test), als een significante lineaire relatie wordt vastgesteld (Spearman rangcorrelatie) of de

verdeling significant afwijkt van de verwachte verdeling (Chi-kwadraattoets), wanneer de kans op toeval klein is binnen deze steekproef ($p \leq 0,05$). $N=853$.

	Het voorkomen van niet natuurlijke stoffen in kraanwater		Gebruikte toets
	U, rho of χ^2	p	
Geslacht *	U = 99958	<0,01	Mann-Whitney
Leeftijd	rho = -0,07	0,05	Spearman
Opleiding *	rho = 0,12	<0,001	Spearman
Zwanger/kinderen	U = 91740	0,27	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13 *	U = 48619	<0,05	Mann-Whitney
Chronisch ziek	U = 59233	0,14	Mann-Whitney
Klantperspectief *	$\chi^2 = 18$	<0,001	Chi ²
Bron	$\chi^2 = 8$	0,08	Chi ²

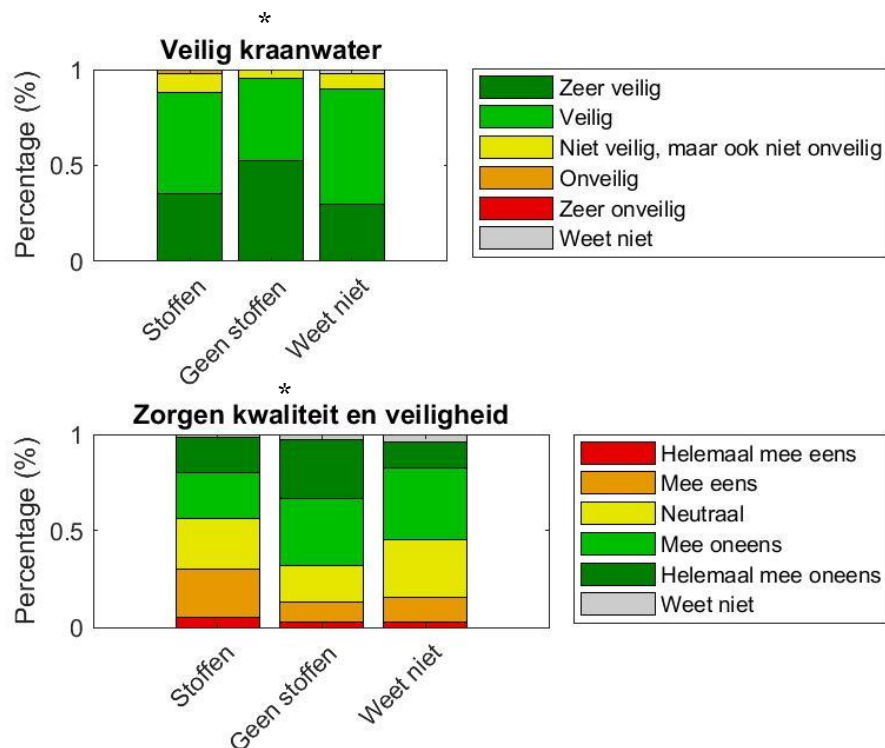
U = toetsingsgrootte van Mann-Whitney U test, rho = Spearman rangcorrelatie coëfficiënt, χ^2 = toetsingsgrootte Chi kwadraattoets.



Figuur 4-12 Relatie tussen klanttyperingen als geslacht, leeftijd, opleiding, het hebben van kinderen of een chronische ziekte, het klantperspectief en de bron en de veronstalling dat en niet-natuurlijke stoffen in kraanwater voorkomen.

- Mensen die denken dat er niet-natuurlijke stoffen in het kraanwater zitten of dat niet weten ervaren het kraanwater vaker als onveilig (Mann-Whitney, $p < 0,001$)
- Mensen die denken dat er niet-natuurlijke stoffen in het kraanwater zitten of dat niet weten maken zich vaker zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater (Mann-Whitney, $p < 0,001$)
- Van de mensen die denken dat er niet-natuurlijke stoffen in het kraanwater zitten, ervaren de mensen die verwachten dat deze in grote mate aanwezig zijn (op een schaal van 1-5) het kraanwater vaker als onveilig (Spearman rangcorrelatie,

$p < 0.001$) en maken zich vaker zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater (spearman rangcorrelatie, $p \leq 0,001$)



Figuur 4-13 Relatie tussen de veronderstelling dat er niet-natuurlijke stoffen in kraanwater voorkomen, de ervaren veiligheid van kraanwater, en het maken van zorgen.

4.7.1 Inzichten aanvullende interviews

Dat er nog stoffen in kraanwater zitten, lijkt voor de meeste respondenten van de aanvullende interviews geen reden tot zorg. “Zolang het onder de normen blijft, is het kraanwater goed”, zo meent een respondent. Een andere respondent wijst op de minimale hoeveelheid stofconcentraties die wordt toegelaten: “Ik ga er vanuit dat die normen toch wel redelijk scherp gesteld zijn, dat er maar heel weinig in het water mag zitten”.

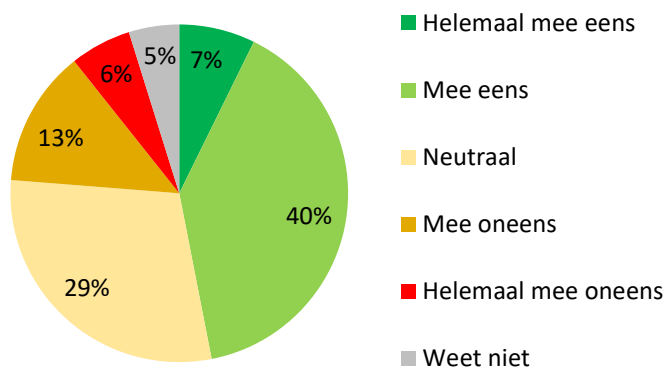
Voor een enkeling is de aanwezigheid van stoffen wel zorgwekkend. “Als het gefilterd kan worden, waarom zou dan die ene procent erin blijven? Ik geloof niet dat er restwaarden van dat soort stoffen in mijn water zitten. Als de schadelijke afvalstoffen eruit worden gehaald. Of het wordt goed gefilterd of niet. Het lijkt mij raar als 80% gefilterd wordt, en 20% blijft. Ik heb wel gelezen dat het is, maar vind het een gek verhaal voor mijzelf.” Of zoals een andere respondent het verwoordde: “Wie bepaalt of die normen wel goed zijn? Mijn moeder heeft thuis waterfilter geïnstalleerd. Zij is bang voor microplastics. En dat filter haalt er echt nog wat uit. Blijkbaar kun je er thuis dus nog dingen uitfilteren. Waarom wordt dat er niet vooraf al uitgehaald? En waarom mogen er microplastics in drinkwater zitten volgens de normen?”

4.8 Gepercipieerde veiligheid en de normen

Zoals weergegeven in Figuur 4-7 en Figuur 4-14 geeft slechts iets minder dan de helft van de klanten (47%) aan dat naar hun mening kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt.

Klanten die vinden dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt, zijn tevens van mening dat kraanwater veiliger is dan flessenwater, dat kraanwater goed wordt gecontroleerd, er voldoende wordt gezuiverd en voldoende kennis aanwezig is bij drinkwaterbedrijven. Deze klanten maken zich minder zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater.

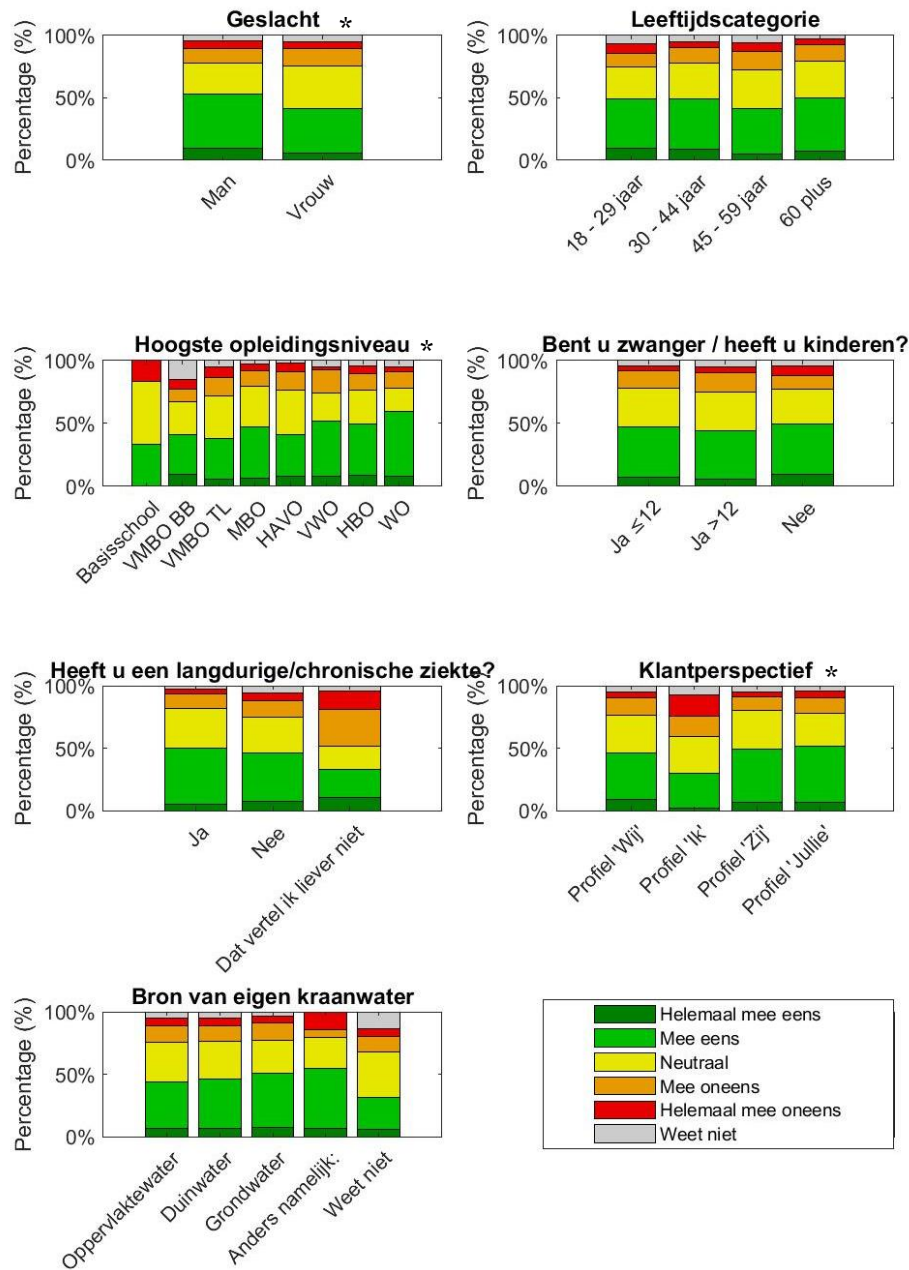
Klanten die het hier mee eens zijn significant vaker man en behorende tot het bewust & betrokken (wij), egalitair & solidair (zij), of nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief (Tabel 4-4 en Figuur 4-9). Klanten die het niet eens zijn met de stelling dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt zijn vaker klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief.



Figuur 4-14 Antwoorden op de stelling dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt.

Als toelichting (open vraag), geven de klanten, die het niet eens zijn met de stelling, het vaakst aan dat niet natuurlijk stoffen helemaal niet thuishoren in kraanwater (31%), dat ze niet zeker zijn over de gezondheidseffecten (21%) of dat de normen niet betrouwbaar zijn (18%). Klanten die niet zeker zijn over de gezondheidseffecten, benoemen vaak de onzekerheid over de lange termijn effecten, het effect op kwetsbare individuen, het effect van accumulatie in het lichaam en dat door de tijd nieuwe inzichten kunnen komen. Zij geven ook aan 'hoe minder stoffen hoe beter' en dat ze onzeker zijn over de 'cocktail' aan stoffen waar zij aan zijn blootgesteld via voedsel, cosmetica, schoonmaakmiddelen, lucht en kraanwater. De klanten die geen vertrouwen hebben in de huidige normen, benoemen de onduidelijkheid over hoe een norm tot stand is gekomen. Daarnaast zijn ze sceptisch over de politieke invloed en lobby vanuit landbouw/industrie en de mate van onafhankelijkheid van wetenschappelijke studies. Ook geven zij aan dat normen achterhaald kunnen zijn, waardoor ze mogelijk uit de

pas lopen met voortschrijdende inzichten. Een klein aantal klanten (5%) geeft aan dat het drinkwaterbedrijf geen stoffen hoort toe te voegen aan het kraanwater.



Figuur 4-15 Relatie tussen klanttyperingen als geslacht, leeftijd, opleiding, het hebben van kinderen of een chronische ziekte, klantperspectief, de bron en de mening dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt. Klanttyperingen met een (*) verschillen significant van mening.

Tabel 4-4 Testresultaten relaties tussen klanttyperingen en de mening dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt. Eigenschappen worden pas als typerend geïdentificeerd als een significante verschil (aangeduid met *) wordt aangetoond tussen binaire variabelen (Mann-Whitney U test), als een significante lineaire relatie wordt vastgesteld (Spearman rangcorrelatie) of de verdeling significant afwijkt van de verwachte verdeling (Chi-kwadraattoets), en wanneer de kans op toeval klein is binnen deze steekproef ($p \leq 0,05$). $N=1006$.

	Kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken		Gebruikte toets
	r of χ^2	p	
Geslacht *	U = 140244	<0,01	Mann-Whitney
Leeftijd	rho = -0,03	0,40	Spearman
Opleiding *	rho = 0,07	<0,05	Spearman
Zwanger/kinderen	U = 128131	0,17	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	U = 75422	0,80	Mann-Whitney
Chronisch ziek	U = 86812	0,53	Mann-Whitney
Klantperspectief *	$\chi^2 = 46$	<0,001	Chi ²
Bron	$\chi^2 = 17$	0,38	Chi ²

U = toetsingsgrootte van Mann-Whitney U test, rho = spearman rangcorrelatie coëfficiënt, χ^2 = toetsingsgrootte Chi kwadraattoets.

4.8.1 Inzichten aanvullende interviews

Over het algemeen hebben respondenten een groot vertrouwen in de normen die gesteld worden aan de kwaliteit van drinkwater. Voor veel respondenten geven de normen voldoende waarborg op schoon drinkwater. *“Voor mij zijn de normen prima basisnormen. Ze hoeven echt niet strikter. Zij zorgen ervoor dat wij in Noord-Europa uitstekende waterkwaliteit hebben.”*

Dit vertrouwen in de drinkwaternormen is bij veel respondenten gestoeld op het feit dat zij door experts zijn vastgesteld. *“Ik neem aan dat als de instanties wetenschappelijk hebben vastgesteld dat het veilig is, dat dat dan ook zo is. Ik zie geen reden om hieraan te twifelen.”*

Bij anderen is het vertrouwen in de drinkwaternormen eerder gebaseerd op eigen positieve ervaringen met kraanwater en positieve verhalen van derden, of uit de media. *“Ik heb verder ook nog nooit iets gehoord, of gelezen, over mensen die ziek zijn geworden van kraanwater in Nederland. Ik zelf ben er ook nog nooit ziek van geworden.”* Geen bericht is voor deze respondenten dus goed bericht.

Voor andere respondenten lijken de normen echter te abstract om direct hun vertrouwen in te kunnen leggen. Zij geven aan de normen wel te moeten vertrouwen, maar eigenlijk de kennis ontberen om hier zelf een goede eigen inschatting van te maken. *“De normen geven een basisniveau van bescherming. Ik vertrouw het een beetje. Je moet er wel je vertrouwen inleggen, anders kun je jezelf helemaal gek maken.”* Of zoals een andere respondent aangeeft: *“Ik hoop dat specialisten en wetenschappers, zoals bij jullie instituut, goed weten en onderzoeken welke stoffen in welke hoeveelheden nog goed zijn voor je lichaam. Ik heb daar geen kennis over. Dus ik*

moet dit wel aan anderen overlaten.” Meer respondenten geven dit aan: “Ik ga ervanuit dat er richtlijnen voor zijn. Dat er geen dingen weggestopt worden. Ik hoor er niets over. Je hebt het niet zelf in de hand. Zolang ik niets hoor, moet ik wel aannemen dat alles goed zit.” Slechts een klein deel van de respondenten vindt normen echt niet streng genoeg. “De normen zeggen dat het veilig is. Ze moeten mensen gerust stellen. Maar bij mij werkt dat niet. Ik loop er altijd tegenaan dat het niet zo is. Het water is niet helder, vies.”

Interessant is dat de normen bij sommige respondenten ook vragen oproepen, en soms zelfs achterdocht. Deze respondenten geven aan dat normen politiek kunnen zijn. Een respondent meent bijvoorbeeld dat normen *“aan fluctuaties onderhevig zijn. Dat ze samenhangen met wat we tegenkomen, wat de implicaties zijn, en de kosten om de norm te halen.”* Volgens een andere respondent *“schommelt een norm altijd. Dat zie je ook nu met suiker, die gaan ze dus ook weer aanpassen. Je kunt niet zeggen dat die norm zo blijft. Misschien is het nu 1 procent schadelijke stoffen, daarna toch 2%, en daarna zeggen ze weer we moeten toch terug naar 1%.”*

Controle doet het vertrouwen in de normen toenemen, zo blijkt uit de interviews. Controlerende instanties in Nederland worden door de respondenten vaak vertrouwd. Met name wanneer zij daadwerkelijk problemen hebben opgespoord, is er een sterke toename in vertrouwen. Als belangrijkste orgaan voor controle wijzen respondenten naar hun drinkwaterbedrijf. *“Controle is het belangrijkste dat ik van een drinkwaterbedrijf verwacht. Een goede controle is het hoogst haalbare. Ik wil hier in Nederland niet hoeven na te denken over de kwaliteit van het water, zoals in buitenland.”* Ook de instanties die de drinkwaterbedrijven controleren zijn belangrijk. Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport werd genoemd, evenals het RIVM. *“Mocht het niet goed gaan, dan zijn er instanties die aan de bel trekken; drinkwaterbedrijven worden goed gecontroleerd. Dit zijn vooral de instanties belast met de volksgezondheid. Zij drukken een grote stempel op de normen en op de veiligheid van ons drinkwater. Deze instanties moeten weten dat we gezond drinkwater hebben, dus zij letten wel op.”*

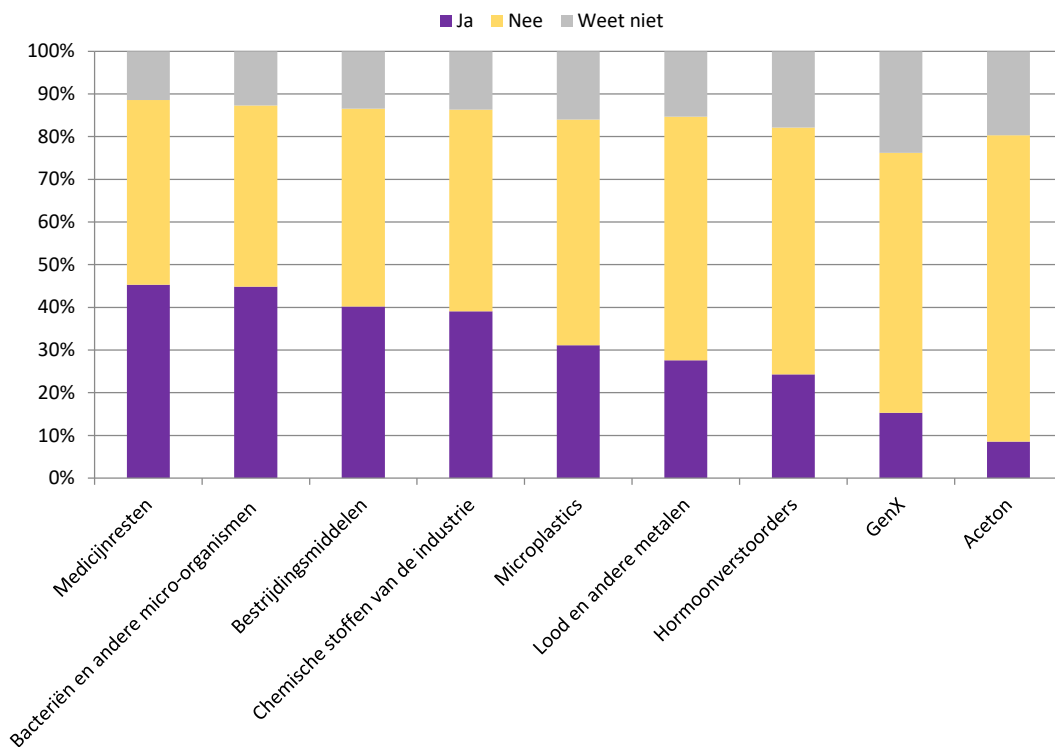
Maar een aantal respondenten geeft aan de controle niet te vertrouwen omdat ze er geen zicht op hebben. Geen bericht wekt voor deze respondenten juist achterdocht. Juist het uitblijven van informatie wekt wantrouwen. Worden de normen voldoende nageleefd en gecontroleerd? Een respondent geeft duidelijk aan zich niet zo zeer zorgen te maken over de normen, maar de controle daarop: *“Je hoort er zo weinig over. Over de kwaliteit, en over hoe het gecontroleerd wordt. Als je wat meer zou horen over hoe er gecontroleerd wordt, en wat de metingen hebben laten zien qua kwaliteit, dan zou ik het wat meer vertrouwen.”* Volgens een andere respondent is controle *“wel belangrijk. Maar ik heb hier totaal geen inzicht in. Geen idee hoe ze het controleren. Ik neem aan van wel, maar we krijgen daar geen bericht over.”* Volgens een andere respondent zal controle *“er vast wel zijn, maar dat wordt niet echt door-gecommuniceerd naar het volk. In welke mate, hoe vaak, en waar? Ik zou het niet weten. En meten ze dan bij de kraan of de centrale zelf? Want daar zit denk ik nog wel een verschil. [Wat zou je het liefste zien?] Kranen bij de mensen thuis. Want daar drink je het, en niet bij het bedrijf.”*

4.9 Zorgen en media

In de afgelopen 24 maanden is 67% van de klanten informatie tegengekomen over verontreinigen in het Nederlandse kraanwater door verschillende stoffen of stofgroepen. Zoals Figuur 4-16 laat zien geven klanten aan het vaakst informatie te zijn tegengekomen over medicijnresten en bacteriën (beide 45%), bestrijdingsmiddelen

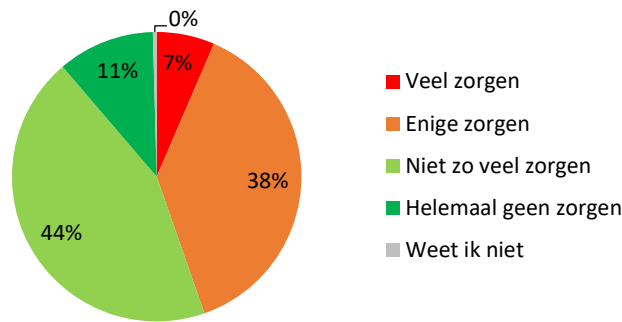
(40%) en chemische stoffen vanuit de industrie (39%), hoewel maar 15% informatie is tegengekomen over GenX. 31% is informatie tegengekomen over microplastics, 29% over hormoonverstoorders en 9% over aceton.⁹ Na mediaberichtgeving over verontreinigingen geeft bijna de helft van de klanten (45%) aan zich zorgen over de kwaliteit en veiligheid van kraanwater. We zien geen grote verschillen tussen de mate van zorgen en de specifieke verontreiniging waar over is bericht. Klanten die informatie zijn tegengekomen over verontreinigingen ervaren het kraanwater vaker als onveilig en maken zich meer zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater (Spearman rangcorrelatie, $p < 0,05$).

Klanten die zich veel zorgen maakten na berichtgeving over verontreinigingen zijn vaker vrouw, laag opgeleid, ouder van kinderen, met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) klantperspectief. Klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief en klanten die denken dat grondwater de bron is van het kraanwater geven aan zich significant minder zorgen te maken na berichtgeving over verontreinigingen. Klanten die zich veel zorgen maakten na berichtgeving over verontreinigingen ervaren het kraanwater vaker als onveilig en maken zich meer zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater (Spearman rangcorrelatie, $p < 0,05$).



Figuur 4-16 Verontreinigingen in Nederlands kraanwater waar de klanten in de afgelopen 24 maanden informatie over zijn tegengekomen.

⁹ Dit laatste cijfer is, hoewel laag, opvallend. Er zijn de afgelopen 24 maanden geen mediaberichten geweest over Aceton. Deze vraag was echter meegenomen ter controle.



Figuur 4-17 Mate van zorgen na berichtgeving over verontreinigingen uit Figuur 4-16 in Nederlands kraanwater.

4.9.1 Inzichten aanvullende interviews

Opvallend is dat veel respondenten ook verwijzen naar de media en maatschappelijke discussies als waakhond van de drinkwaterkwaliteit. Respondenten geven aan dat eventuele misstappen snel zullen worden opgepikt door de media. *“Omdat water zo'n belangrijk onderdeel is van de Nederlandse samenleving. Als je aan het drinkwater gaat tornen, kom je aan de basis van mensen. Zonder water geen leven. Elke misstap wordt gezien. En dan krijg je een enorme bak "shit" over je heen. Wij zijn daar met z'n allen heel kritisch op.”* Een andere respondent denkt ook dat *“het een te groot schandaal zou worden als het uitkwam. Ik heb het idee dat het wel eerlijk wordt gemeld als het niet goed zit. Als niet door de verantwoordelijke instanties, dan wel door de media die er direct op af duiken.”* Een andere respondent dacht dat *“als er een keer iets met drinkwater aan de hand zou zijn, staan er meteen rijen met journalisten voor de deur.”* Als voorbeeld werd genoemd: *“Dat nieuws over Vlaardingen, dat was meteen nieuws. Daar hoorde je meteen iets over. Daar hebben ze het dus blijkbaar gecontroleerd.”*

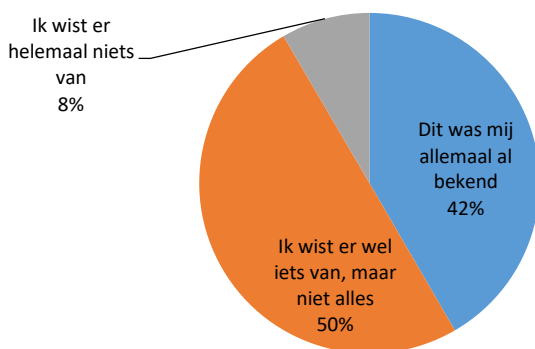
5 Kennis en informatie – empirische bevindingen (ii)

5.1 Inleiding

Dit hoofdstuk ligt in het verlengde van het vorige hoofdstuk over de risicoperceptie van de Nederlandse drinkwaterklant, en gaat verder op de empirische resultaten verzameld middels de online vragenlijst en de aanvullende interviews met 24 respondenten vanuit de verschillende perspectieven.

5.2 Kennis

Halverwege de vragenlijst is klanten uitgelegd dat in Nederland de overheid eisen stelt aan het aantal stoffen dat maximaal in het kraanwater mag voorkomen en dat controleert. Ook is aangegeven dat dit in de Drinkwaterwet staat en dat drinkwaterbedrijven hun water zuiveren zodat ze aan de wet voldoen. Minder dan de helft van de klanten (42%) geeft aan reeds bekend te zijn met deze informatie, de helft van de klanten wist er wel iets van, maar niet alles (50%) en 8% wist er helemaal niets van (Figuur 5-1). Klanten voor wie het allemaal al bekend zou zijn, zijn significant vaker man, hoger opgeleid en ouder van kinderen. Klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief geven er significant vaker aan er helemaal niets van te weten. Klanten voor die allemaal bekend is, ervaren het kraanwater significant vaker als veilig.



Figuur 5-1 Verdeling van bekendheid met eisen voor schoon kraanwater uit de Drinkwaterwet.

Ook is respondenten gevraagd aan te geven van welke bron zij denken dat hun kraanwater wordt gemaakt, en daarna aan te geven hoe zeker zij zijn van het gegeven antwoord op die vraag, zie Tabel 5-1. De klanten die denken dat de bron van het kraanwater duinwater is, zijn hierover het meest zeker (gemiddeld 71%). In werkelijkheid heeft 51% van deze groep gelijk. De meerderheid denkt dat de bron van het kraanwater grondwater is met gemiddeld 64% zekerheid. In werkelijkheid heeft 81% van deze groep het juist. Klanten die denken dat de bron van het kraanwater

oppervlaktewater is zijn hier gemiddeld het minst zeker van (61%). In werkelijkheid heeft maar een kwart van deze groep het juist (26%).

Tabel 5-1 Gepercepieerde bron van het kraanwater, de zekerheid waarmee klanten dit aangeven en de juistheid van de gepercepieerde bron.

Bron van kraanwater	Perceptie (n)	Gemiddelde zekerheid (%)	Juistheid (%)
Oppervlaktewater	239	61%	26%
Duinwater	159	71%	55%
Grondwater*	523	64%	81%
Anders	29	74%	
Weet niet	107	-	

*Oeverfiltraat is hier geclassificeerd als grondwater

Tabel 5-2 Vergelijking tussen gepercepieerde bron van het kraanwater en de werkelijke bron van het kraanwater.

gepercepieerde bron	werkelijke bron						Som
	Oppervlakte- water	Duin- water	Oevergrond- water	Grond- water	onbekend	kan niet worden gekoppeld	
Oppervlaktewater (bijv. uit een rivier of meer)	62	31	9	123	2	12	239
Duinwater	31	88		34		6	159
Grondwater	45	27	27	397	4	23	523
Anders	5	6		16		2	29
Weet niet	18	16	6	59	3	5	107
Som	161	168	42	629	9	48	1057

Van de klanten (3% van het totaal) die denken dat hun kraanwater niet gemaakt wordt uit grondwater, oppervlaktewater, of duinwater maar nog van een andere bron, denkt het merendeel dat het kraanwater vanuit meerdere bronnen is geproduceerd, zoals een mengvorm van oppervlakte-, duin-, grond- en/of regenwater (75%), en een kleiner deel denkt dat het kraanwater wordt geproduceerd van hergebruikt rioolwater (14%) of komt uit de bergen (7%).

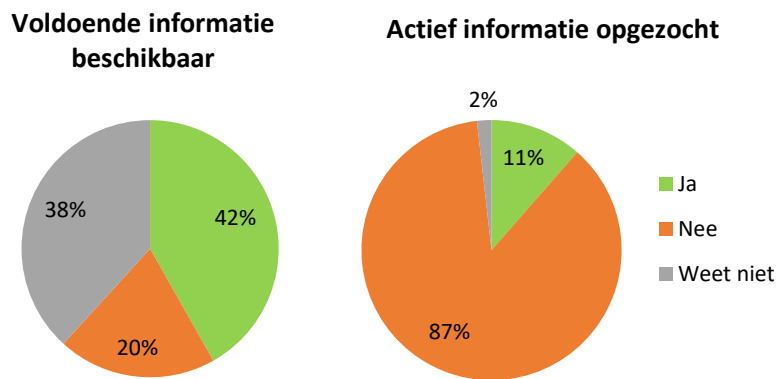
5.3 Informatiebehoefte

Een groot gedeelte van de klanten (42%) is van mening dat er voldoende informatie beschikbaar is over kraanwater in Nederland, maar bijna een gelijk aantal (38%) geeft aan niet te weten of er voldoende informatie beschikbaar is over kraanwater in Nederland, zie Figuur 5-2. Dit duidt erop dat veel klanten wellicht wel nooit opzoek zijn gegaan naar informatie.

Een op de 5 klanten vindt dat er te weinig informatie beschikbaar is. Deze klanten zijn significant vaker vrouw, jong, laag opgeleid, chronisch ziek en hebben het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) klantperspectief. Dit zijn dus precies de klanten die zich vaker zorgen maken over de kwaliteit van kraanwater. Klanten met het bewust & betrokken

(wij) en nuchter & vol vertrouwen perspectief zijn vaker van mening dat er voldoende informatie beschikbaar is.

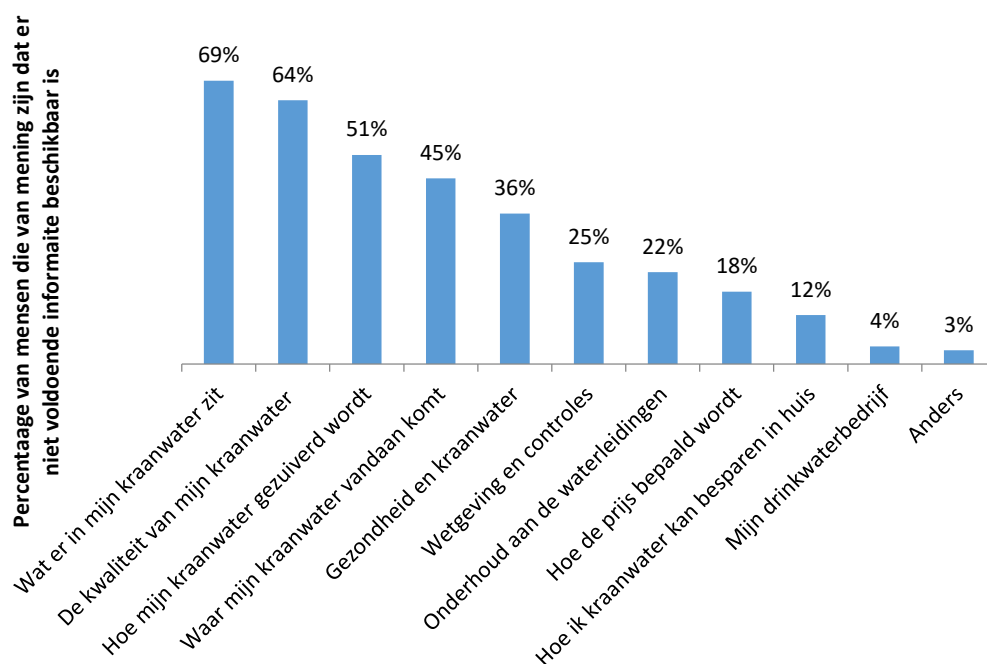
Van de klanten die menen dat er te weinig informatie beschikbaar is, is maar een klein gedeelte (18%) in de afgelopen 24 maanden actief op zoek geweest naar informatie; wat maar iets hoger is dan het percentage van de mensen die vinden dat er wel voldoende informatie beschikbaar is (15%). Van de mensen die onwetend zijn of er voldoende informatie beschikbaar is heeft maar 4% actief informatie opgezocht. Klanten die informatie hebben opgezocht zijn vaker man, hoog opgeleid, zijn zwanger of hebben kinderen jonger dan 13 jaar en hebben het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) klantperspectief. Klanten met nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief hebben significant minder vaak informatie opgezocht.



Figuur 5-2 Verdeling van mening of er voldoende informatie beschikbaar is over kraanwater (links) en of de klanten in de afgelopen 24 maanden actief informatie hebben opgezocht over de kwaliteit en veiligheid van Nederlands kraanwater (rechts).

Klanten die vinden dat er onvoldoende informatie beschikbaar is ervaren het kraanwater significant vaker als onveilig en maken zich meer zorgen over de waterkwaliteit en veiligheid van het kraanwater. Klanten die actief op zoek zijn gegaan naar informatie maken zich juist significant minder zorgen.

Respondenten die aangeven dat er onvoldoende informatie beschikbaar is, is gevraagd om aan te geven over welke onderwerpen men extra informatie zou willen hebben. De meeste animo is er voor het verkrijgen van meer informatie over wat er in het kraanwater zit (69%) en de kwaliteit van het kraanwater (64%), zie Figuur 5-3.

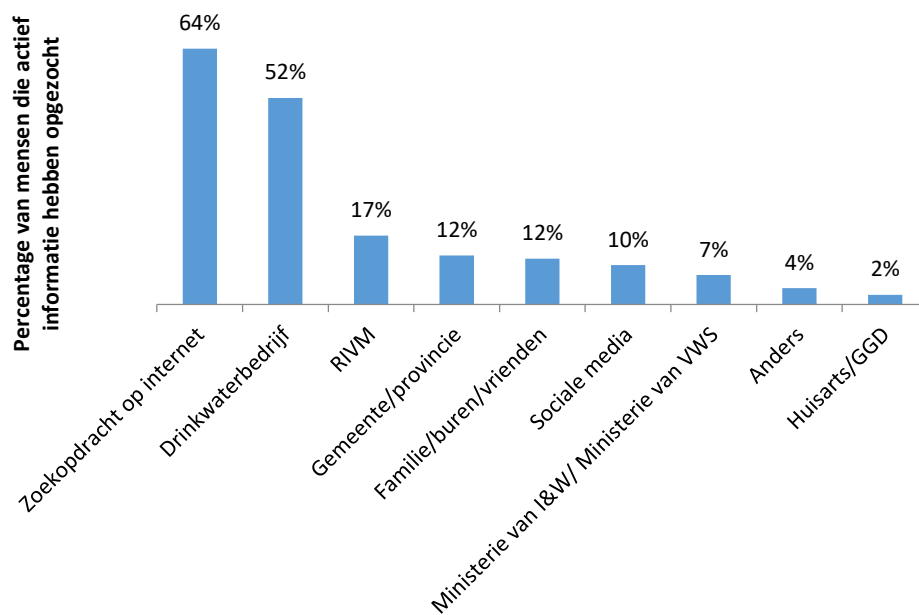


Figuur 5-3 Over welke onderwerpen zou u meer informatie willen? Keuze uit maximaal vier opties.

5.4 Informatiebronnen

Klanten die in de afgelopen 24 maanden actief informatie hebben opgezocht, hebben dat met name gedaan via een zoekmachine op internet (64%) en de helft heeft bij het drinkwaterbedrijf informatie gezocht (52%), zie Figuur 5-4. Jonge mensen zijn significant vaker op zoek gegaan naar informatie via familie, burens en vrienden en het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM).

Klanten die op zoek zijn gegaan naar informatie bij het drinkwaterbedrijf ervaren het kraanwater significant vaker als veilig. Klanten die op zoek zijn gegaan naar informatie bij sociale media, familie, burens en vrienden ervaren het kraanwater significant vaker als onveilig, laatstgenoemde maken zich tevens significant vaker zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater.



Figuur 5-4 Bronnen waar klanten informatie hebben opgezocht over de kwaliteit en veiligheid van Nederlands kraanwater.

Als de klanten wordt gevraagd hoe ze graag geïnformeerd zouden worden, zijn de meningen ongeveer gelijk verdeeld (Figuur 5-5). Iets meer dan een derde (36%) wil graag dat het drinkwaterbedrijf hen volledig informeert over de kwaliteit en veiligheid van hun kraanwater, zonder dat ze daarom zelf hoeven te vragen. Nog net iets meer klanten (38%) vindt echter dat deze informatie ergens beschikbaar moet zijn, maar dat het drinkwaterbedrijf hen hier niet op hoeft te wijzen. Tot slot geeft een kwart (26%) van de klanten aan door het drinkwaterbedrijf geïnformeerd te willen worden waar deze informatie gevonden kan worden, om het vervolgens zelf op te zoeken.

Klanten met een hogere leeftijd en klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief willen significant vaker dat het drinkwaterbedrijf volledige informatie verstrekt over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater. Klanten met het nuchter & vol vertrouwen perspectief zijn significant vaker van mening dat het drinkwaterbedrijf hen er niet op hoeft te wijzen waar de informatie te vinden is.

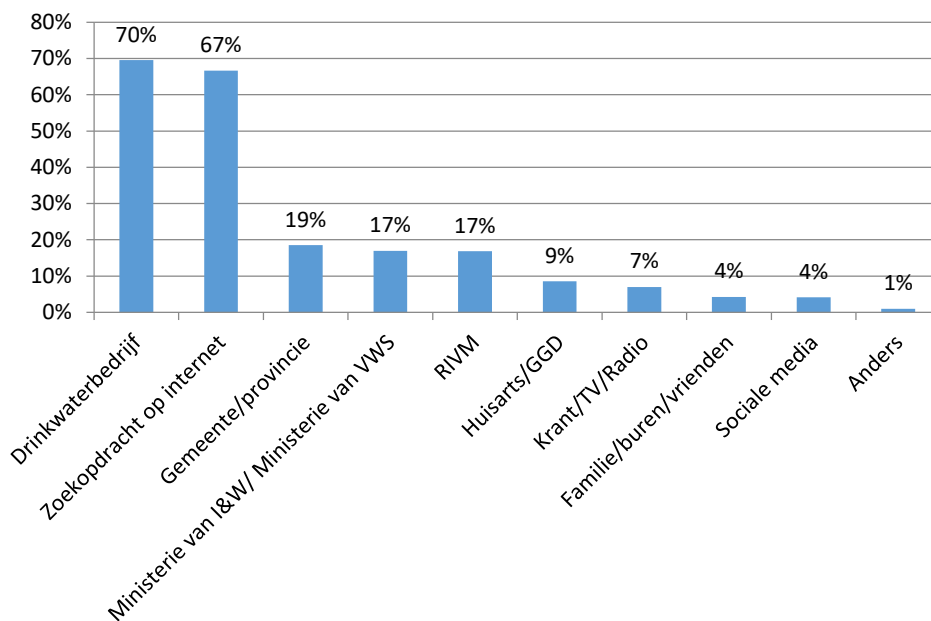
Klanten die behoefte hebben aan volledige informatie van het drinkwaterbedrijf ervaren het kraanwater significant vaker als onveilig en maken zich meer zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het kraanwater.



Figuur 5-5 Hoe klanten het liefst geïnformeerd zouden willen worden.

Als klanten een vraag zouden hebben over verontreinigingen in kraanwater en de effecten daarvan zegt het merendeel op zoek te gaan naar informatie bij het drinkwaterbedrijf (70%) of een zoekopdracht op internet te plaatsen (67%), zie Figuur 5-6.

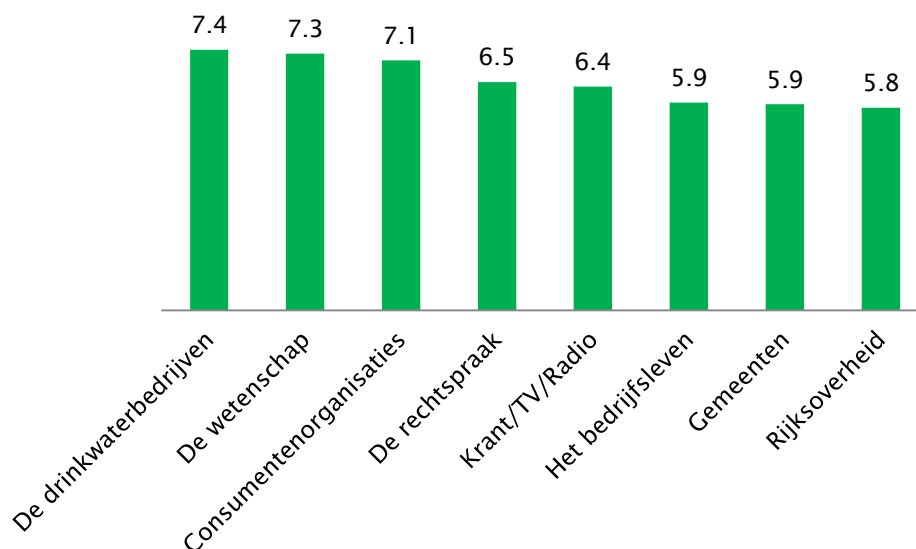
- Klanten met bewust & betrokken (wij) perspectief geven significant vaker aan op zoek te zullen gaan naar informatie via een zoekopdracht op internet.
- Klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief geven aan significant vaker op zoek te zullen gaan naar informatie via sociale media, familie, burens of vrienden en significant minder vaker bij het drinkwaterbedrijf, via een zoekopdracht op internet of het ministerie
- Klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief geven aan significant vaker op zoek te zullen gaan naar informatie via sociale media, familie, burens of vrienden en significant minder vaker bij de gemeente of provincie
- Klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief geven aan significant minder vaak op zoek te zullen gaan naar informatie via het RIVM of familie, burens of vrienden



Figuur 5-6 Waar klanten het liefst op zoek gaan naar informatie over verontreinigingen in kraanwater en de effecten daarvan. Keuze top 3.

5.5 Institutioneel vertrouwen

Om (i) meer inzicht te krijgen wat naar de toekomst toe goede verzenders zijn van informatie over de kwaliteit en veiligheid van kraanwater, en (ii) een zicht te krijgen op het vertrouwen van klanten in drinkwaterbedrijven in relatie tot andere actoren, is in deze studie ook gekeken naar het institutionele vertrouwen van drinkwaterklanten. Klanten hebben vergeleken met de verschillende instanties het meeste vertrouwen in drinkwaterbedrijven. Op een schaal van 1 tot 10, waarbij een 1 staat voor geen enkel vertrouwen en een 10 voor alle vertrouwen, geven klanten gemiddeld de score 7,4 voor de drinkwaterbedrijven, zie Figuur 5-7. Klanten met een groter vertrouwen in de instanties ervaren kraanwater vaker als veilig en zijn vaker van mening dat het kraanwater veiliger is geworden. Klanten met een groter vertrouwen in de instanties hebben minder zorgen over de waterkwaliteit en veiligheid (Spearman rangcorrelatie, $p < 0,05$).



Figuur 5-7 Gemiddelde score voor het vertrouwen in de verschillende instanties.

Mannen hebben significant meer vertrouwen in drinkwaterbedrijven en wetenschap en significant minder vertrouwen in de rijksoverheid.

Tabel 5-3 gemiddelde score voor het vertrouwen in de verschillende instanties, verschil tussen mannen en vrouwen.

Geslacht	Krant/TV/Radio	De rechtspraak	Drinkwaterbedrijven*	De wetenschap*	Consumenten-organisaties	Het bedrijfsleven	Gemeenten	Rijksoverheid*
Man	6.4	6.6	7.6	7.5	7.2	5.9	5.8	5.6
Vrouw	6.3	6.4	7.3	7.1	7.0	5.9	5.9	5.9

*Significant verschil

- Jongeren meer vertrouwen in rechtspraak.
- Ouderen meer vertrouwen in krant, TV, radio, drinkwaterbedrijven en consumentenorganisaties

Tabel 5-4 gemiddelde score voor het vertrouwen in de verschillende instanties, verschil in leeftijd.

Leeftijd	Krant/ TV/ Radio*	De rechtspraak*	Drinkwater- bedrijven*	De wetenschap	Consumenten- organisaties*	Het bedrijfs- leven	Gemeenten	Rijksoverheid
18 - 29	6.1	6.8	7.3	7.4	6.7	5.6	5.8	5.9
30 - 44	6.3	6.5	7.4	7.3	7.0	6.0	5.9	5.8
45 - 59	6.4	6.4	7.3	7.2	7.2	5.9	5.8	5.7
60 plus	6.5	6.4	7.6	7.4	7.3	6.0	5.9	5.7

*Significant verschil

- Hoger opgeleide klanten hebben significant meer vertrouwen in de rechtspraak, drinkwaterbedrijven, wetenschap en consumentenorganisatie

Tabel 5-5 gemiddelde score voor het vertrouwen in de verschillende instanties, verschil in opleidingsniveau.

Opleiding	Krant/ TV/ Radio	De rechtspraak*	Drinkwater- bedrijven*	De wetenschap*	Consumenten- organisaties*	Het bedrijfsleven	Gemeenten	Rijksoverheid
Basisschool	6.7	4.7	7.0	6.3	6.2	7.0	4.8	4.0
HAVO	6.2	5.6	7.0	7.0	6.9	5.8	5.8	5.7
HBO	6.5	6.0	7.3	7.0	7.1	6.0	5.7	5.6
MBO	6.3	6.3	7.3	7.1	7.0	6.0	5.8	5.7
VMBO BB	6.8	6.5	7.5	7.5	7.3	6.2	5.9	5.9
VMBO TL	6.4	6.7	7.4	7.4	6.9	5.8	6.2	5.9
VWO	6.3	6.9	7.5	7.5	7.2	5.7	5.8	5.8
WO	6.4	7.0	7.7	7.8	7.3	5.9	6.1	6.0

*Significant verschil

- Klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief geven significant lagere cijfers voor het vertrouwen in alle instanties
- Klanten met het bewust & betrokken (wij) perspectief geven significant hogere cijfers voor het vertrouwen in de rechtspraak, consumentenorganisaties, gemeenten en de rijksoverheid
- Klanten met het egalitair & solidair (zij) geven significant hogere cijfers voor het vertrouwen in de rechtspraak
- Klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief geven significant hogere cijfers voor het vertrouwen in de drinkwaterbedrijven

Tabel 5-6 gemiddelde scores voor het vertrouwen in de verschillende instanties, verschil tussen de klantperspectieven.

Klant-perspectief	Krant/ TV/ Radio*	De rechtspraak*	Drinkwater-bedrijven*	De wetenschap*	Consumenten-organisaties	Het bedrijfsleven	Gemeenten	Rijksoverheid
Bewust & betrokken (wij)	6.4	6.7*	7.5	7.4	7.3*	5.9	6.1*	5.9*
Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik)	5.7*	5.7*	6.5*	6.8*	6.8*	5.6*	5.5*	5.3*
Egalitair & solidair (zij)	6.4	6.7*	7.5	7.3	7.2	6.0	5.9	5.8
Nuchter & vol vertrouwen (jullie)	6.5	6.3	7.7*	7.4	7.0	6.0	5.7	5.6

Klanten met een groter vertrouwen in drinkwaterbedrijven zijn significant vaker van mening dat:

- de kwaliteit en veiligheid van kraanwater in Nederland goed wordt gecontroleerd
- kraanwater in Nederland voldoende wordt gezuiverd
- het eigen drinkwaterbedrijf voldoende kennis heeft om kraanwater veilig te houden
- er geen niet natuurlijk stoffen in kraanwater zitten; en de mate waar deze voorkomen lager wordt geschat op een schaal van 1 tot 5
- het kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken, zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt de kans klein is dat zich in het kraanwater een ernstige verontreiniging voordoet

Bovendien maken klanten met een groter vertrouwen in drinkwaterbedrijven zich significant minder zorgen over de kwaliteit en veiligheid van Nederlands kraanwater.

5.6 Inzichten uit aanvullende interviews

Ongeveer de helft van de respondenten vindt dat ze voldoende wordt geïnformeerd. Hun vertrouwen in drinkwaterbedrijven is deels gebaseerd op deze communicatie. *“Ik denk dat ze het heel goed in de gaten houden. Dat is meer omdat de communicatie altijd wel klopt. De website ziet er altijd wel goed uit. Ook omdat ze me op de hoogte houden met nieuwsbrieven”*. Of: *“ik ben heel tevreden over de communicatie van mijn drinkwaterbedrijf. Zij doen hun stinkende best. Ik vertrouw daarop.”* Sommige respondenten hebben ook actief de website van hun drinkwaterbedrijf bezocht voor informatie.

Van de groep respondenten die aangeeft voldoende geïnformeerd te zijn, geeft een deel aan niet zoveel informatie te ontvangen van hun drinkwaterbedrijf, maar hier ook geen behoefte aan te hebben. *“Ik krijg 1 keer per jaar een folder bij de rekening. Die gaat naar het oud-papier. Zo goed is mijn vertrouwen wel.”* *“Ik heb niet het gevoel ik maandelijks op de hoogte moet worden gehouden hoeveel % van welke stof er nu in het kraanwater zit. Zolang ik niet geïnformeerd wordt, ga ik ervanuit dat ik het gewoon kan drinken.”*

Iedereen wil wel graag geïnformeerd worden als het niet goed gaat, zij verwachten dit ook. Niet dát er iets mis is, maar ook hoe lang de eventuele storing naar verwachting zal duren, en waar de oorzaak ligt. De communicatie rondom gebruikelijke storingen verloopt goed. Zoals een respondent het verwoordt: *“Ik heb wel eens een melding gehad, bij een verbouwing ofzo, dat ik mijn kraanwater tijdelijk even niet kon gebruiken. Maar dit ligt niet aan de kwaliteit, dit is een externe omstandigheid; daar kan het drinkwaterbedrijf ook niets aan doen. Dan is je water een beetje bruin water, en dan kun je het beter niet drinken. Maar dit heb ik altijd vooraf gehoord. Het is nog nooit gebeurt dat er onverwacht iets was met mijn kraanwater.”*

Sommigen klanten zouden juist graag meer geïnformeerd worden. Verschillende respondenten vragen om specifieke informatie: *“Welke stoffen er in het drinkwater zitten; hoeveel; en wat het met je doet”*. Anderen willen graag meer geïnformeerd worden over het proces: *“Ik zou graag meer informatie willen hoe het water gezuiverd wordt, welke stoffen er aan toe worden gevoegd, wat er wordt uitgehaald.”* Een andere respondent verwoordt het als volgt. *“Ik weet niet welk onderzoek en welke technieken worden toegepast om de kwaliteit te garanderen. Ik ga er vanuit, maar of dat altijd zo goed is, is natuurlijk de vraag. Bij drinkwater weet je dit niet, en dat is raar, want van veel andere producten weet je dat wel.”* Anderen zijn eerder op zoek naar informatie over algemene ontwikkelingen. *“Informatie over wat er precies in mijn water zit, hoef ik ook niet op zich. Zolang het maar onder de normen blijft. Je kunt er toch niets aan veranderen en ik snap er ook niets van. Als er echt een trend is, positief of negatief, vind ik dat wel interessant.”*

Over hoe je je moet informeren bestaan verschillende ideeën. *“Wat ik zelf wel interessant zou vinden: een lijstje op de achterzijde van de eindafrekening met wat er allemaal in het drinkwater zit: zouten, andere stoffen. Vergelijkbaar met een etiket op een product uit de supermarkt: wat zit er in?”* Anderen verwijzen naar de website van een waterbedrijf, waar je gericht zou moeten kunnen zoeken naar informatie als je daar behoefte aan hebt. Een enkeling wil liever “ouderwets” via nieuwsbrieven of tv op de hoogte gehouden worden.

6 Behoeftte aan en effect van transparantie – empirische bevindingen (iii)

6.1 Inleiding

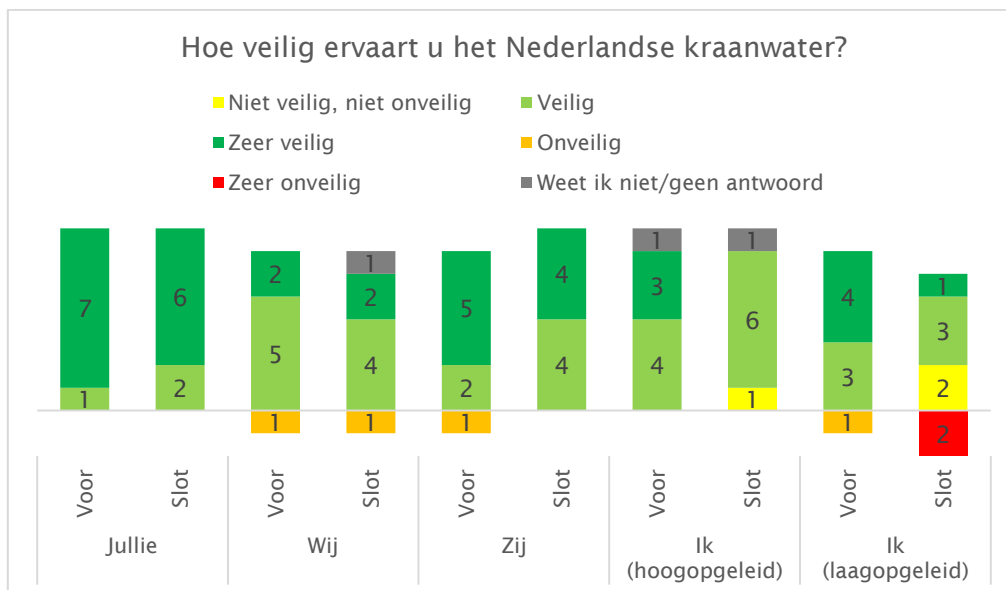
Voortbouwend op de literatuurstudie, de kwalitatieve vragenlijst en de interviews zijn binnen dit onderzoek vijf focusgroepen met steeds acht deelnemers georganiseerd. De resultaten van deze focusgroepen worden in dit hoofdstuk gepresenteerd. Doel van de focusgroepen was het opdoen van meer kennis en begrip aan welk type informatie welk type klant behoefte heeft, en wat het effect is van meer transparantie op het gebied van stoffen in kraanwater. Dit hoofdstuk start met een beschouwing wat het effect van transparantie is, om vervolgens in te gaan op wat voor type informatie wel of niet aansluit bij welke klant, en in welke vorm klanten informatie wel of niet begrijpen.

Zoals beschreven in de methodesectie in Hoofdstuk 1 is in de focusgroepen gewerkt met een aantal teksten over (stoffen in) kraanwater. Een drietal teksten is besproken in alle vijf de focusgroepen, andere teksten in één of een beperkt aantal focusgroepen. Naast alle integrale teksten is in Bijlage III tevens een schema opgenomen welke teksten in welke focusgroep besproken zijn.

6.2 Effect van transparantie

Hoewel het effect van transparantie binnen het tijdsbestek van een focusgroep uiteraard lastig is vast te stellen, is op twee manieren getracht hier toch een beeld van te krijgen. In de eerste plaats is na het aanbieden van informatie over stoffen deelnemers steeds gevraagd hierop te reflecteren, en hun primaire gevoel te beschrijven wat het lezen van zo'n tekst oproept (angst, vertrouwen, onzekerheid etc.). Daarnaast hebben de deelnemers zowel voor als na afloop van het gesprek een vragenlijst ingevuld, met daarin onder meer vragen over de gepercipieerde veiligheid van het Nederlandse kraanwater, alsmede vragen over het bestaan van zorgen, en zaken als controle, zuivering en kennis.

De antwoorden op de kwantitatieve vragen geven een interessante uitkomst: zowel de ervaren veiligheid als de zorgen nemen licht af na het lezen over en bespreken van stoffen in kraanwater en een transparante communicatie daarover. Figuur 6-1 laat zien dat de informatie over het voorkomen van niet-natuurlijke stoffen kraanwater maar een zeer beperkt effect heeft, zij het negatief. Op klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief na, is de ervaren veiligheid licht afgenomen binnen al de klantgroepen. De grootste afname van veiligheid is waar te nemen onder de klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief, waarbij de meeste zorg zit bij laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief. Na afloop van de focusgroep beoordelen twee respondenten het kraanwater zelfs als 'zeer onveilig'.



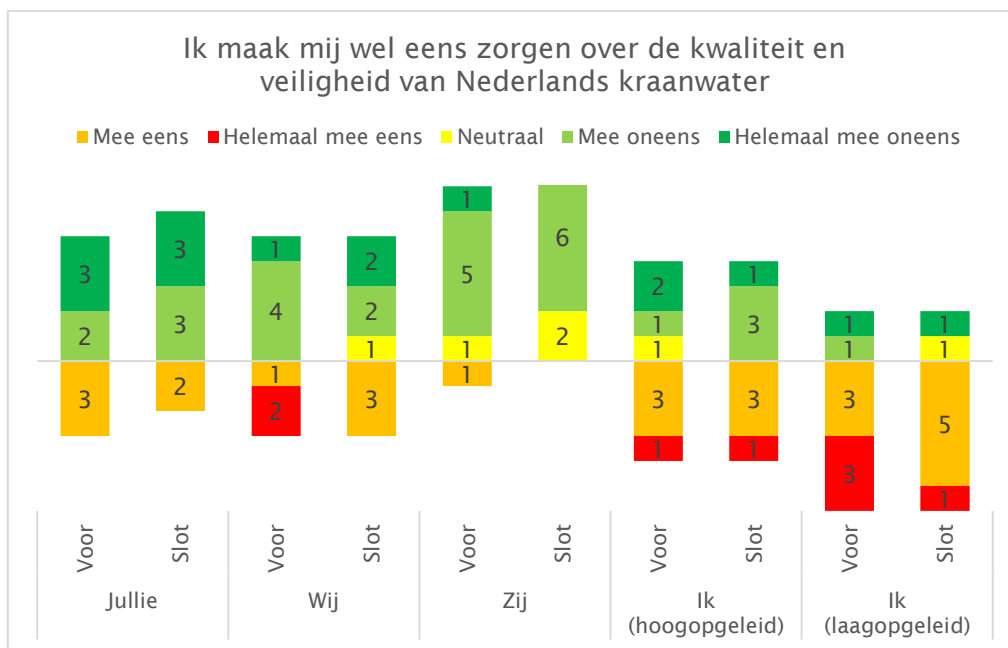
Figuur 6-1 Perceptie veiligheid kraanwater per klantgroep, voor en na afloop (slot) van de focusgroepen.

Naast vragen over de ervaren veiligheid is deelnemers ook gevraagd naar een rapportcijfer voor de kwaliteit van het kraanwater. Het gemiddelde rapportcijfer is in iedere klantengroep licht gedaald, variërend van 0,2 punt bij de klantgroep met het bewust & betrokken (wij) perspectief, tot 0,8 punt bij de groep met laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief (Figuur 6-2). Zoals eerder beschreven is het met name voor deze groep klanten vaak lastig om grafieken te lezen en eenheden in perspectief te plaatsen. Dit in combinatie met een gevoel van wantrouwen richting instituties en een zorg om de eigen gezondheid blijkt in sommige gevallen een recept voor grote zorgen. *Lisanne: Stoffen zoals anticonceptie, ik vraag me af of dat van invloed kan zijn op bepaalde vruchtbaarheidsproblemen (...) Stel je voor dat ik graag zwanger wil worden en stop met anticonceptie. Dan krijg ik het via het water toch binnen. Als ik daardoor niet zwanger kan worden, dan zou ik het wel heel erg vinden.* Het voorkomen van met name medicijnresten zorgt binnen deze groep voor onrust. *Farid: Bij medicijnen lees je in de bijsluiter wat het risico ervan is. Maar bij water lees je dat niet, terwijl het risico van water misschien wel groter is dan van het medicijngebruik.*



Figuur 6-2 Rapportcijfers kraanwater per klantgroep, voor en na afloop (slot) van de focusgroepen.

Naast een bescheiden negatief effect op de ervaren veiligheid van kraanwater, sorteren dezelfde teksten en discussies over stoffen in water ook een effect op de ervaren zorgen. Deze blijken minder te worden. In lijn met de survey-resultaten komt ook in de focusgroepen terug dat mensen hoge rapportcijfers geven voor de ervaren kwaliteit, maar dat dit niet betekent dat mensen zich geen zorgen maken. Figuur 6-3 laat zien dat zorgen over de kwaliteit en veiligheid van het Nederlandse kraanwater voorkomen binnen al de vijf klantgroepen van de focusgroep. Met name klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief maken zich zorgen. Uit een vergelijking van de voor- en slot antwoorden van de verschillende klantperspectieven blijkt dat het aantal respondenten dat zegt zich zorgen te maken bij bijna alle perspectieven afneemt na de focusgroep. Alleen bij het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief (hoogopgeleid) blijft het aantal deelnemers dat het eens is met de stelling gelijk.



Figuur 6-3 Zorgen over kwaliteit en veiligheid van Nederlands kraanwater per klantgroep, voor en na afloop (slot) van de focusgroepen

Speculatieve oorzaak: mensen worden zich bewust dat er meer niet-natuurlijke stoffen zitten in kraanwater dan gedacht, maar hebben tegelijkertijd vertrouwen dat de sector niks te verbergen heeft en er bovenop zit. Zo blijkt uit de analyse van de kwalitatieve antwoorden dat mensen na afloop van de focusgroepen vaker het idee hebben dat het water goed wordt gezuiverd en gecontroleerd en dat er voldoende kennis is om water veilig te houden, zie Bijlage IV.

Ook in de gesprekken zelf is door de deelnemers veelvuldig aangegeven dat zij de transparantie waarderen. Dit blijkt onder meer uit een reactie op een mededeling door de onderzoekers bij de bespreking van de tekst 'stoffen in drinkwater' dat er niet zeven stoffen worden gemeten, maar honderden. Verder werd een model besproken waarmee de meetgegevens van al die honderden stoffen openbaar zouden kunnen worden gemaakt. Het algemene sentiment is dat deze vorm van transparantie gewaardeerd zou worden. Waarom? Omdat het klanten vertrouwen geeft dat er naar zoveel verschillende stoffen wordt gekeken. *Jan: Het geeft vertrouwen. Ik vind het wel fijn om te horen dat ze op honderden stoffen testen.* Klanten ervaren het over het algemeen niet als vervelend dat ze de stoffen niet kennen. Ze geven aan te kunnen sturen op de meetwaarden in relatie tot de norm, en nog veel vaker, geven aan niet zelf naar dit soort metingen te zullen kijken. Het is puur het idee dat er transparant over wordt gecommuniceerd dat hen vertrouwen geeft. Sommige respondenten beschouwen de tekst als informatief, maar niet van belang voor henzelf. Ze gaan ervanuit dat de normen gecontroleerd worden door mensen die er verstand van hebben (en dat deze hen waarschuwen als nodig). *Lisa: Ik vind het wel fijn. Als ik het laatste stukje lees over geneesmiddelen, dan zegt het in principe natuurlijk niks. Er had iets heel anders kunnen staan en ik had het ook geloofd, maar ik ga er van uit dat het is gecheckt door mensen die het wel snappen en dan heeft de maatschappij ook een soort controlefunctie. (...)Dan is het wel controleerbaar en dat geeft me een fijn gevoel. Dat het open informatie is.*

6.3 Identieke teksten: grote verschillen in reacties

Om een beeld te krijgen welke informatie welke klanten aanspreekt is gewerkt met een groot aantal verschillende teksten, zie Bijlage III. Een drietal teksten is echter voorgelegd aan alle klantgroepen. Bij de bespreking hiervan viel op hoe verschillende klantgroepen veelal reageren op identieke teksten.

6.3.1 Stoffen in drinkwater

De eerste tekst die alle klanten hebben gelezen en besproken is de korte tekst 'Stoffen in drinkwater', zie Bijlage II. Kijken we naar de reacties van de klanten met het bewust & betrokken (wij) perspectief dan valt op dat zij veelal de eerlijkheid van de tekst op prijs stellen. Ondanks de informatie dat er stoffen in het kraanwater achterblijven beschouwen zij het water als veilig. Ze geven aan dat het lezen van de tekst leidt tot bewustwording. Opvallend in deze groep is dat er vaak wordt gesproken over de gevolgen van stoffen in water voor de natuur, anders dan over het effect van die stoffen op bijvoorbeeld de eigen gezondheid. *Patricia: Ik vind het juist een eerlijk stuk. Ik wist dit wel. Wat er allemaal in zit, daar word je ook steeds mee geconfronteerd op televisie. Dat je geen medicijnen weg moet gooien omdat het dan in de natuur en het water terecht komt, dat soort dingen (...) En dat ze er niet alles uit krijgen, dat snap ik ook wel.* Een respondent geeft aan te weten dat de zuivering van water steeds moeilijker wordt. Hierbij linkt hij ook aan vervuiling door medicijngebruik. *Corné: Het is volgens mij wel een algemeen bekend feit dat het steeds moeilijker wordt om het drinkwater schoon, gefilterd te krijgen. De concentraties worden groter, het medicijngebruik neemt toe. Niet alleen het weggooien, het gaat ook om het gebruik van medicijnen. Wat mensen uitscheiden komt ook in het drinkwater terecht. En dat wordt wel een probleem.* Een kleine minderheid van de klanten met het bewust & betrokken (wij) perspectief geeft aan dat de tekst niet perse nieuwe informatie bevat, maar wel informatie die ze liever niet willen weten. *Jan: Ik weet het wel, ik ben me er alleen niet van bewust (...) Die tekst geeft informatie die ik van tevoren niet bedacht had (...) Beangstigend is een zwaar woord, maar ik vind het niet fijn. De bewustwording hiervan, dat vind ik niet fijn om te weten.* Het algemene gevoel is er echter een van vertrouwen, waarin vaak de veiligheid van het Nederlandse kraanwater wordt benadrukt. *Diana: (...) Maar ik vertrouw er wel op dat de strenge kwaliteitseisen worden nageleefd voordat het aan ons wordt aangeboden.*

Ook klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief reageren verschillend op de tekst. Bij een aantal van hen roept de tekst vooral meer vragen op. Ze begrijpen de tekst goed, maar stellen zich kritisch op en zouden meer informatie willen over de stoffen in het water, de zuiveringsprocessen. *Jan: (...) Het roept bij mij meer vragen op. In de tweede alinea bijvoorbeeld: 'veel stoffen worden er tijdens het zuiveren uit gehaald'. Dat suggereert dat er ook een aantal stoffen niet worden uitgehaald. En welk percentage wordt er uitgehaald? Als ze zeggen dat 99,8% er uit wordt gehaald, dan ga je automatisch nadenken over die 0,2%. En daar wordt niet op teruggekomen.* Anderen klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief hebben een positievere indruk van de tekst. Ze geven aan vertrouwen te hebben in de zuivering van het Nederlandse drinkwater. *Angé: Ze zijn er continu mee bezig om te verbeteren, de techniek staat niet stil. Er wordt continu geprobeerd om de waterkwaliteit optimaal te krijgen. (...). Ik heb er volledig vertrouwen in dat wij zuiver drinkwater hebben. Het roept bij mij geen vraagtekens op. Het is hier in Nederland zo streng en moet aan zo veel eisen voldoen. Dat kan volgens mij nooit misgaan (...).* De respondenten vragen zich af of de techniek altijd mee ontwikkelt met de stoffen in het water en hoe vaak de normeringen worden

bijgesteld. Toch lijken ze erop te vertrouwen dat er in Nederland een streng beleid wordt gevoerd. *Jan: Nederland is in zijn algemeenheid een redelijk betrouwbaar land door alle wet- en regelgeving. Ik heb er wel vertrouwen in dat het goed is opgezet en goed wordt nageleefd.* De informatie uit de tekst lijkt niet te lijden tot bezorgdheid bij de meeste respondenten. Ze tonen een groot vertrouwen in de wetenschap en normeringen. *Jonnem: Daar hebben slimme mensen over nagedacht. Ik ga er van uit dat die kleine hoeveelheid giftige stoffen die achterblijven in het water geen probleem vormen. Ik schaar mij wat dat betreft heilig achter de wetenschappers.*

De meeste hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief geven aan dat de tekst 'Stoffen in Kraanwater' te weinig informatie biedt, ook al is de informatie dat niet alle stoffen er tijdens het zuiveren kunnen worden uitgetrokken voor de meeste deelnemers bekend. Ook geven zij aan dat de tekst vooral veel vragen oproept, eerder dan dat deze antwoorden biedt. In de bespreking van de tekst volgen dan ook een hele reeks aan vragen, over de normen, over wat een klein percentage is, wat de eisen zijn etc. *Els: Welke stoffen, welke nieuwe technieken, zeer lage hoeveelheden, de gemeten concentraties, ver onder de normen, welke normen? Zo kun je wel doorgaan. Ik vind dat alles te vaag is.* Voor sommige deelnemers wekt de toon en het niet specifieke karakter van de tekst zelfs lichte irritatie op: *Megan: Ik vind het betuttelend. Heel erg op kleuterniveau, heel geruststellend. Maar er wordt eigenlijk niks gezegd. Er wordt niets specifiek of concreet gemaakt. 'Stil maar, de overheid zorgt voor je.' Maar hoe dan?'* Een ander verwoordde het sentiment van de groep als volgt: *Els: Ik vind het ook kinderlijk geschreven (...) Alsof we een domme massa zijn en zij goed voor ons zorgen.* Naast irritatie resulteert de ervaren vaagheid van de tekst bij enkele hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief in meer wantrouwen over de kwaliteit van kraanwater. Voor sommige deelnemers wordt de vaagheid immers ervaren als het moedwillig achterhouden van informatie. *Saskia: Het feit dat er heel veel informatie niet wordt gegeven roept bij mij de vraag op waarom die informatie niet duidelijk en eerlijk wordt gegeven. (...) Als het allemaal zo rustgevend is zoals deze tekst, geef dan de informatie die ontbreekt.* Een andere hoogopgeleide klant met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief gaf zelfs aan dat informatie als deze haar zou kunnen bewegen over te stappen op flessenwater. *Lisanne: Er wordt gestimuleerd om meer water te drinken. Maar als ik dit lees, nodigt het mij niet uit om dat te gaan doen. Dan koop ik het liever in de winkel, want wat ik hier lees geeft mij geen lekker gevoel.*

Waar in de groep hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief geageerd werd tegen de betuttelende toon van de tekst, sluit deze tekst qua moeilijkheidsgraad beter aan bij laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief. Dat neemt niet weg dat er ook in deze groep verschillende mensen aangeven na het lezen te blijven zitten met vragen, met name over de normen, de drinkwaterwet, zuivering en de controle. *Melanie: Ik vond de tekst op zich wel duidelijk (...) Het enige wat ik misschien mis zijn percentages. Ik ben wel benieuwd wat de norm is en wat de huidige waarden zijn. Er wordt dus aangegeven we zitten ver onder de norm. Oké, leuk, dat is een gegeven. Maar ik ben dan wel benieuwd wat de norm is.* Hoewel enkele klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief aangeven niet verbaasd en niet verontrust te zijn dat niet alle stoffen uit het water gezuiverd kunnen worden, geven de meeste klanten aan dit niet fijn te vinden. Enkele deelnemers zijn zelfs sceptisch over de mededeling dat het water veilig is om te drinken. *Melanie: Is het wel zo veilig als ze zeggen dat het is? Dat vraag ik me af. Ze zeggen bijvoorbeeld ook niet dat er medicatie in zit. Maar ik heb begrepen dat dat via ontlasting en urine erin belandt. Ik weet niet in hoeverre dat waar is, maar dat is wat ik*

gehoord heb. Deze klant is zeker niet de enige laagopgeleide klant met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief waarbij verhalen via via een grote rol spelen in de gepercipieerde veiligheid *Janine: Ik wist het ook wel. Ik ben eens bij een moleculair arts geweest en die zei het ook al. Dat je echt, eigenlijk bronwater moet drinken. Want, dat er toch te veel chloor in het water zit. Ook al proef je het niet.* Een van de deelnemers uit de groep laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief geeft zelfs aan geen water direct meer uit de kraan te drinken na het zien van een filmpje dat viral ging. *Melanie: Ik ben hier geboren en opgegroeid dus ik heb altijd gedronken, gewoon uit de kraan. Tot anderhalf jaar geleden totdat ik wat informatie kreeg van iemand uit mijn omgeving (...) Er ging een filmpje rond via Facebook en Whatsapp van een man die had een waterfilter op zijn kraan (...) Hij ging filteren en dan haalde hij het filter eruit en zei hij 'Ja kijk jongens dit is allemaal kanker'. (...) Dit is wat de regering achter houdt'. Ik had er wel vraagtekens bij maar ben toen wel verder gaan zoeken.*

De meeste klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief reageren nuchter op de informatie dat niet alle stoffen uit het kraanwater gehaald worden. Een aantal van hen geeft aan dat de informatie uit de tekst voor hen bekend was. Anderen geven aan normaal gesproken niet na te denken over welke stoffen in het water zitten. *Francis: Ik ben nooit bezig met wat er in het water zit, ik drink het gewoon. (...) Ik vind dat er wel duidelijk in staat wat er in zit. En er wordt dan niet duidelijk beschreven wat er achterblijft in het drinkwater, maar daar ben ik niet zo heel erg mee bezig.* Eén respondent geeft aan te denken dat het goed is voor je weerstand om soms wat stoffen binnen te krijgen. *John: Helemaal honderd procent zuiver zou ook nooit kunnen. Er mag ook best een bacterie in zitten, je bouwt er alleen maar weerstand mee op.* Veel klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief kunnen ook de beperkte lengte van de tekst waarderen. *John: Ik vind het lekker duidelijk, kort en bondig. Geen poespas, gewoon 'bam, zo is het'. En dat komt betrouwbaar over. Het is niet te veel informatie, ook niet te weinig. Ik vind het precies goed.* Een andere respondent verwoorde het zo: *Tonny: Het is inderdaad duidelijk, niet te veel informatie. Want als je die stofjes helemaal gaat uitpluizen zou ik het niks vinden. Je weet dat ze er goed de controle over hebben, zo staat het er in mijn ogen.* Een enkele klant met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief mist juist informatie en wordt vooral bij de tweede alinea wantrouwig. Twijfel voor de actualiteit van de norm, want er zitten dus blijkbaar bepaalde stoffen in het water. *Bianca: Ik mis juist informatie. Maar bij de tweede alinea word ik juist wantrouwig. Er zit in lage hoeveelheid blijkbaar wel een stof in het drinkwater. Welke stof is dat dan en waarom is het niet schadelijk? Wie weet zijn de normen wel verouderd.* Het algemene sentiment is echter duidelijk: er is een groot vertrouwen in de drinkwaterbedrijven en zuiveringsmethodes. Deze worden als flexibel beschouwd en de respondenten gaan er vanuit dat ze zich aanpassen aan de veranderende mate van vervuiling. *John: Als iemand gif stort in een waterwingebied, dan zullen daar toch extra controles worden uitgeoefend. Ik heb daar wel vertrouwen in. En door de shit die overal gedumpt wordt, worden de technieken ook verfijnd en verbeterd.*

6.3.2 RIVM: concentraties GenX in drinkwater blijven onder richtwaarde

Een tweede tekst die aan alle focusgroepeelnemers is voorgelegd is de tekst 'RIVM: concentraties GenX in drinkwater blijven onder richtwaarde'. Ook hier is een grote diversiteit aan reacties waar te nemen. Klanten met het bewust & betrokken (wij) perspectief reageren gematigd positief op de tekst, hoewel de gebruikte terminologie,

inclusief GenX, onbekend is bij veel van de respondenten. Het onderwerp lijkt ze wel interessant, maar ze zouden er liever over lezen in simpelere verwoording. *Patricia: Het is een belangrijk onderwerp, maar het is te veel. Dan sla je het niet meer op en ga je vluchtig lezen. En dan lees je eigenlijk niet meer wat er staat.* Slechts eenmaal wordt aangegeven dat de tekst niet versimpeld zou moeten worden. *Melinda: (...) Dit is geen tekst die iedere Nederlander wil en moet lezen (...) Ik vind niet dat heel Nederland alles in jip-en-janneke-taal moet hebben.* Een ander kent het gebied en begrijpt waar de tekst over gaat. Hij wordt niet gerustgesteld door de tekst. Door berichten die hij heeft gevolgd in de media, twijfelt hij of de gemaakte afspraken worden nageleefd. Hij zou graag meer informatie krijgen. *Corné: Er worden afspraken gemaakt, maar ik heb door de media twijfels of die worden nageleefd (...) Ze blijken meer in de rivier gegooid te hebben dan ze mochten.* Op deze enkeling na resulteert de inhoud van de tekst binnen deze klantengroep niet tot vertrouwen dan wel onrust.

In de groep klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief ligt dit iets anders. Wat niet anders is dat ook in deze groep de meerderheid van de klanten aangeeft de tekst te ingewikkeld te vinden, waardoor interesse verslapt. *Petra: Ja. Ik denk dat je dit als gewone burger niet hoeft te weten. Althans, ik wil het niet weten.* Hier geven echter wel twee klanten aan op basis van de gelezen tekst zich meer zorgen te maken over de veiligheid van hun kraanwater. *Jan: Misschien is het een typefout, maar er staat hier dat het RIVM heeft berekend dat de concentraties FDR-903 op lange termijn n t onder de richtwaarden blijven. Nog net, dat suggereert voor mij net niet. Je hoeft maar een keertje te veel te droppen en het zit erboven. Dus het geeft mij absoluut geen veilig gevoel.* Voor de meeste klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief blijft hun vertrouwen echter gelijk. *Jonnem: Voor mij blijft het gelijk. Het laat maar zien dat de wetenschap het gewoon goed doet in de zin dat de wetenschap niet een vast gefocust iets is, maar draait naar wat op dat moment uit onderzoek blijkt. En daar passen ze hun regelgeving op aan.*

Hoewel deze tekst vooraf werd gezien als best-fit voor hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief is uit de focusgroep duidelijk naar voren gekomen dat ook binnen deze groep de meeste deelnemers de tekst veel te ingewikkeld vinden. *Els: Ik weet niet wat GenX-technologie is (...) Dit is enkel duidelijk voor een arts.* Wel geven verschillende klanten aan het op zich fijn te vinden dat ze meer informatie krijgen, bijvoorbeeld in vergelijking met de korte tekst 'Drinkwater is veilig en betrouwbaar', zie Bijlage III. *Lisanne: Ik vond het fijn in de zin dat ik het idee heb dat er meer informatie in staat dan die andere.* Waar bij andere klantgroepen de ervaren ingewikkeldheid van de tekst veelal resulteert in desinteresse, wekt het bij deze groep eerder irritatie op. *Megan: Is dit voor normale, doorsneemensen? Dat vind ik echt raar (...) 'tot het jaar 2012 gebruikte de chemiefabriek perfluorooctaanzuur'. Dat zegt ons toch helemaal niets. (...) Ik vind het heel slecht.* Tegelijkertijd wordt er informatie gemist, en dan met name informatie die duidelijk maakt wat het effect van de stoffen is op de gezondheid van consumenten. *Megan: Ik wil weten wat de stoffen doen in je lichaam, waarom de regels in 2017 zijn aangepast. Bleek ineens dat het te gevaarlijk was?*

In lijn met de verwachting is de tekst het moeilijkst voor laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief. Niettemin geven 3 van de 8 respondenten aan deze tekst beter te vinden dan de korte tekst. Dit hangt met name samen met de hang naar informatie, en niet met de tekst zelf. De helft van de respondenten heeft moeite met de eenheden in de tekst, de gecodeerde benamingen en de hoeveelheid informatie. *Jenny: Wat een cijfers he? Het duizelt je gewoon. Ik vind*

het een beetje... te veel informatie. Zij zien zichzelf dan ook niet als de doelgroep van de tekst, terwijl voor velen het onderwerp wel leeft en aansluit bij interesses. *Melanie: Die termen zoals stoffen en zo, daar moet je echt een scheikundig genie voor zijn denk ik.* Lang niet altijd hebben de deelnemers echter door dat zij de tekst niet goed snappen. De tekst zou verbeterd kunnen worden door minder wetenschappelijke (moeilijke) taalgebruik en meer uitleg over het product. Zo is bijvoorbeeld ook niet bekend waar het RIVM voor staat, laat staan wat ze doen. *Folkert: Als je het over die RIVM hebt. Klinkt mij dat als Rijks Instituut voor... Metingen! Voor troep in het water.* Behalve dit soort grappige misverstanden kunnen door de ingewikkeldheid van de tekst ook de zorgen van mensen toenemen, zoals onderstaande dialoog uit de groep laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief illustreert:

- *Melanie: Als je 3 liter water drinkt per dag, dan drink je meer dan de minimale dosering van een diabetespatiënt. Of lees ik het verkeerd?*
- *Janine: Het hoopt zich op denk ik (...)Hoe meer water je drinkt, hoe meer stoffen je binnen krijgt.*
- *Jeanette: Het is milligram en microgram*
- *Folkert: Micro is 000,1 ofzo*
- *Melanie: Sorry, milligram.*
- *Melanie: Ik schrok ook, dan kan ik net zo goed diabetespatiënt worden*

Ook leidt de benoeming van veiligheidsmarges in de tekst wederom tot ongerustheid. Een respondent geeft aan meer informatie te willen over hoe er gecontroleerd wordt en door wie. *Melanie: Er wordt gesproken over veiligheidsmarge. (...)Zit net onder de richtlijnen. Daar schrok ik ook weer van. Zit het nu op het randje maar als het over een paar jaar omhoog gaat dan is het wel weer gevaarlijk.* Ook de informatie in het stuk over het lozen van water doet respondenten schrikken. Het is erger dan ze van te voren dachten. *Melanie: Ik schrik er wel eigenlijk van. (...) Het is wel meer dan dat ik eigenlijk dacht. Nog erger.* Een andere respondent verwoordt zijn gevoel op een gelijksoortige manier: *Stanley: Het [vertrouwen] wordt steeds minder haha (...) Als je leest over die stoffen en alles die erin komen en die chemie stoffen dat is ongelooflijk. Dat wist ik helemaal niet.*

De tekst 'RIVM: concentraties GenX in drinkwater blijven onder richtwaarde' sluit niet aan bij de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief. De inhoud wordt over het algemeen weinig interessant gevonden. Bovendien ervaren de mensen de tekst als ingewikkeld. Resultaat is dat bijna al de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief geven aan dat de boodschap uit de tekst niet blijft hangen. *Tonny: Ik heb het gelezen, maar ben het alweer kwijt. (...) Het doet me niet veel.* Opvallend is dat deze klantgroep ook geenszins het idee heeft dat deze tekst mogelijk ook voor hen bedoeld zou kunnen zijn. *Patrick: Het lijken mij interne bedrijfsteksten, een vakjargon. Niet voor de consument.* Waar andere klantgroepen de tekst nog wel eens al verontrustend beschouwen is dit bij de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief niet terug te zien. Het inhoudelijke commentaar wat er in deze groep naar boven kwam ging over de frequentie waarop vervuiling in water gemeten kan worden. *Marcel: Het zou me niets verbazen als er meetapparatuur bij de uitgifte van een buis zit van een instantie die controleert.* Deze groep heeft hier niet perse kennis over, maar wel een gerust gevoel over, en gaat er vanuit dat vervuilers niet ongestraft verontreinigingen kunnen lozen.

6.3.3 Stoffen in drinkwater (onder de link)

De laatste tekst die alle deelnemers aan de focusgroepen hebben gelezen en besproken is de tekst 'Stoffen in drinkwater', in de focusgroep gepresenteerd als zijnde de tekst onder een van de links in de voorgaande tekst 'RIVM: concentraties GenX in drinkwater blijven onder richtwaarde', zie Bijlage III. Het algemene gevoel over de tekst is positief. Dit geldt voor alle klantgroepen, waar de groep hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief het meest expliciet is. De tekst bevat informatie die mensen zeggen te willen hebben, en ook over het niveau van de tekst is over het algemeen waardering. Idealiter, zo geven verschillende klanten aan, zou dit een basistekst zijn waarop mensen zouden kunnen doorklikken naar meer informatie. *Lisanne: Dat is een stuk waar ik wat mee kan. Het begint goed en het is qua informatie duidelijk voor mensen zoals wij. En wat voorbeelden en iets meer inhoudelijke toelichting. Waarom dan, hoe dan. Dus dit gaf mij iets meer houvast.* Ook onder de groep laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief werd de openheid over stoffen gewaardeerd, al werd ook in deze context nog vaak herhaald dat zij informatie graag zo kort en bondig mogelijk krijgen aangeboden. Met name de voorbeelden spraken veel van deze klanten aan. Niet omdat het nu direct resulteert in meer vertrouwen. De meest wantrouwende klanten lezen in de informatie hun gelijk, namelijk dat het kraanwater niet te vertrouwen is. *Melanie: Ik waardeer de voorbeelden juist. Want het verbaast me dat het echt zo benoemd wordt (...) Ik drink geen kraanwater meer (...) Hetgeen wat ik eigenlijk gehoord heb van mensen wordt bevestigd.* De respondenten vinden het type informatie goed, maar zouden als aanvulling graag een filmpje kunnen bekijken.

Opvallend is verder dat zowel klanten met het bewust & betrokken (wij) en het egalitair & solidair (zij) perspectief de voorbeelden en de transparantie rondom stoffen waarderen omdat dit zou kunnen resulteren in meer bewustwording over vervuiling. Zij geven dan ook aan dat het goed zou zijn als dit soort informatie vergezeld zou worden met een handelingsperspectief voor burgers aangaande wat zij kunnen doen om het aantal stoffen wat in het milieu terecht komt te reduceren. *Ria: Het kan misschien wel triggeren (...) Mensen zouden zich wel bewust moeten worden wat sommige dingen voor gevolgen kunnen hebben.* Een ander vult aan: *Jan: En ik denk dat er nog een extra kopje kan worden toegevoegd met informatie wat je er zelf aan kunt doen. Nu is het een beetje in de tekst verstopt.*

In iedere groep blijkt dat het gebruik van cijfers en het staven van uitspraken over bijvoorbeeld het onder de norm blijven van stoffen gewaardeerd wordt, maar dat dit tegelijkertijd ingewikkeld is. Zeker wanneer hierbij eenheden als micro- en milligram gebruikt worden. *Jan: Het voorbeeld bij geneesmiddelen moest ik bijna drie keer lezen om te begrijpen wat er nou eigenlijk staat. Waarschijnlijk willen ze mij tevreden stellen, maar kan er niet een zin worden toegevoegd met de conclusie? Ik zie allemaal getalletjes, en daar heb ik wel moeite mee. 0,9 Microgram en milligram. Dat zegt mij niets.*

Een duidelijke uitzondering op het positieve geluid over deze tekst vormen veel van de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief. Deze klanten tonen weinig interesse in de informatie. *Ben: Ik ga me er niet in verdiepen. Het gaat er mij om dat ik goed water uit de kraan krijg.* Veel van de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief classificeren deze tekst dan ook snel als een tekst die voor "insiders" en niet voor hen als consument bedoeld is. *Tonny: Ik vraag me ook af wat we met deze*

informatie moeten (...) Dit is voor mensen die er onderzoek naar doen. Mij maakt het allemaal niet uit, ik geloof er in dat het goed is.

Behalve bovenstaande discussie over de inhoud is gedurende de focusgroepen gereflecteerd op de grafische weergaven in deze tekst. De uitkomsten van deze discussie is weergegeven in sectie 6.6.

6.3.4 Teksten rondom lekkage en kookadvies

Bij de bespreking van de teksten 'Verontreiniging na lek in waterleiding nog niet verdwenen, kookadvies verlengd' (lang) en 'Lek in waterleiding: kookadvies verlengd tot en met zondagmorgen' (kort) werd wederom duidelijk dat klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief weinig behoefte hebben aan wat het drinkwaterbedrijf allemaal doet, maar informatie graag beperkt zien dat wat het voor hen persoonlijk betekent. Zeven van de acht respondenten geven dan ook aan de korte tekst het beste te vinden, eventueel met een linkje naar een langere tekst. *John: Ja, ik houd van kort en bondig. Bam. De korte tekst is lekker duidelijk. De lange tekst vind ik prachtig, maar het verhaal is mij te lang en er worden dingen herhaald.* Vanuit de wens naar duidelijkheid werd het gebodspaatje bij de korte tekst gewaardeerd. En in beide teksten de informatie wat de betekenis van het lek is voor hen als consument. *Francis: Van de lange tekst vond ik 'wat merkt u van de lekkage?' fijn om te lezen. Dat er nog bij werd verteld hoe ze het behandelen en dat soort dingen, dat vind ik niet echt van toepassing. Als het maar wordt opgelost.* Beide teksten leiden binnen deze groep niet tot onrust. Op- en aanmerkingen zijn voornamelijk praktisch van aard (waterkoker kan geen drie minuten koken).

6.3.5 Teksten over kwaliteit

Klanten met zowel het bewust & betrokken (wij) als egalitair & solidair (zij) perspectief hebben beide de teksten 'Hoe goed is Nederlands drinkwater?' (kort) en 'Drinkwaterkwaliteit in Nederland' (lang) gelezen en besproken, zie Bijlage III. Twee van de acht klanten met het bewust & betrokken (wij) perspectief vinden de lange tekst het beste, bij de klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief is dit precies andersom. De klanten die de lange tekst meer waarderen doen dit onder meer omdat zij het gebruik van bronnen zeggen te waarderen. *Melinda: Ik vind het ook wat duidelijker. Het onderzoeksblad Science benoemen vind ik goed, want dan weet je waar ze het onderzoek hebben gedaan.* De korte tekst is veruit favoriet. Dit vooral omdat de lange tekst in vergelijking met de korte tekst veel onderdelen bevat die waarvan de respondenten niet weten waar het over gaat (technische termen en processen). Dit maakt de lange tekst, die volgens een van de deelnemers leest als "een uitgebreid Wikipedia-artikel" onduidelijk. *Ada: Omdat in de lange tekst een aantal technische dingen staan waarvan ik niet weet waar het over gaat. Ik ben geen deskundige, en dit is informatie die ik niet op waarde kan schatten. (...)*

6.3.6 Nu.nl nieuwsbericht

Een laatste voorbeeld van hoe verschillend klantgroepen op een identieke tekst kunnen reageren is de bonustekst 'Vitens bezorgd over kwaliteit drinkwater', een nieuwsbericht verschenen op nu.nl. Deze tekst is besproken met twee verschillende klantgroepen: hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief en klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief. In lijn met de verwachting resulteerde het lezen van deze tekst tot enige onrust en zorgen bij de klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief. Met name legt het lezen van deze tekst

zorgen rondom de normering bloot. *Megan: Ze leggen echt de vinger op de zere plek. Dat de berekening van de normering niet deugt.* Ook leven er zorgen over het weer op peil krijgen van de norm: *Els: Als ze opschrijven dat ze zich grote zorgen maken, dan betekent het dat er een aantal jaren overheen gaan voordat het is teruggedrongen naar de toegestane norm.* Slecht één van de klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief geeft aan het een positief bericht te vinden omdat er uit blijkt dat het drinkwaterbedrijf aandacht van de rijksoverheid vraagt om de boel op orde te krijgen. Klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief reageren daarentegen overwegend laconiek op de tekst. Bij geen enkele deelnemer uit deze groep resulteert het lezen van dit bericht tot ongerustheid. Eerder wordt het gezien als een illustratie dat het drinkwaterbedrijf er bovenop zit, goed haar taak uitvoert, en dat zij als klanten zich dus geen zorgen hoeven te maken. *Tonny: "Ze maken zich zorgen, prima. (...) Ik denk dat zij dat prima onder controle hebben. Ze doen het toch goed, als ik me dáár ook nog druk over moet maken..."* Wat enkele deelnemers wel opmerken is dat zo een artikel wellicht gebruikt wordt voor wat zij noemen "het eigenbelang", en wel om klanten alvast voor te bereiden op mogelijke tariefstijgingen. Wederom niet iets wat binnen deze groep tot grote zorgen leidt. *Francis: "Dat hoef ik allemaal niet te weten. Ze zullen vast weten wat ze aan het doen zijn. En als je daar iets meer voor moet betalen, dan is dat maar zo".* Dit nu.nl artikel is een goed voorbeeld waaruit blijkt dat de groep klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief zeer weinig interesse toont in het onderwerp kraanwater.

6.4 Zorgen over de norm

Net als in de vragenlijst en de interviews is ook tijdens de focusgroepen aan klanten gevraagd te reflecteren op de stelling 'kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen is veilig om te drinken zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke norm valt'. De reacties van de verschillende klantgroepen is zeer verschillend. Volledige unanimititeit en instemming met de stelling was er binnen de groep klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief, en op een na ook alle klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief. Zolang de hoeveelheden binnen de wettelijke norm blijven ervaren deze klanten het water als veilig. Er is een groot vertrouwen in de professionaliteit van drinkwaterbedrijven en aanverwante instituties. *John: De mensen die de normen maken en toetsen drinken zelf ook water. Dus ze zullen er alles aan doen zodat het voor henzelf ook veilig is. Iedereen heeft ten slotte water nodig.* Zelfs al zouden de normen iets overschreden worden, is dit een groep klanten waarbinnen geen paniek te verwachten valt. *Natasja: Ik ben niet heel bang als [het] er iets overheen gaat. Ik neem aan dat de normen heel streng zijn.*

Opvallend is dat ook vijf van de acht laagopgeleide deelnemers met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief zeggen het eens te zijn met deze stelling. Deze klanten denken dat de controle in NL scherp is en baseren zich op het idee dat NL heel goed kraanwater heeft. Net als bij de overige laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief die het niet eens zijn met deze stelling, gaat men hierbij veelal af op verhalen. *Jenny: Vroeger dronk ik ook altijd bronwater, Spa rood of wat dan ook. Dan zeiden mensen 'dat moet je niet gaan drinken, dat is slecht, daar zitten bubbels in, daar word je dik van'. En toen ben ik, zijn we over gegaan op gewoon water. Ik zweer erbij.* Daarnaast navigeren klanten in deze groep ook op hun eigen ervaring en redentatie. *Jenny: Het is veilig en zolang iedereen het drinkt ga ik er ook niet aan onderdoor (...) Het is toch zo? Als het zo slecht zou zijn, dan zouden planten ook dood kunnen gaan.*

Bij klanten met het bewust & betrokken (wij) perspectief is de helft van de klanten het eens met de stelling, en de andere helft het oneens. De klanten die het eens zijn met de stelling redeneren vooral vanuit het perspectief dat volledige bescherming tegen onveilige stoffen sowieso niet mogelijk is. Kenmerkend voor deze groep is dat zij de mogelijke risico's ook relateren aan en relativeren met andere risico's waarmee zij geconfronteerd worden. *Patricia: Zolang het binnen de wettelijke normen valt moet je ook gewoon vertrouwen hebben dat het goed is. Als ik straks naar huis toe fiets en ik sta naast een brommer met ronkende motor, dan is de lucht ook niet schoon. Je wordt natuurlijk overal geconfronteerd met niet-gezonde aspecten.*

De groep klanten waar deze stelling het meeste weerstand oproept zijn de hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief. Voor een deel heeft dat te maken met een gebrek aan vertrouwen in de instituties betrokken bij de totstandkoming van de normen. *Saskia: Ik heb moeite met het stuk over wettelijke normen. Dan wil ik gelijk weten wie dat heeft bepaald, hoe en wil ik feiten. Ik vind het moeilijk om er maar op te vertrouwen dat de wettelijke normen bepaald zijn zodat het voor iedereen het beste is. Ik wil dat zelf zeker weten, er zelf mijn oordeel over kunnen vellen.* Nog veel vaker, en dit is meerdere malen naar voren gekomen tijdens alle focusgroepen, heeft het te maken met zorgen over de normen zelf, en dan met name of deze wel actueel en dus te vertrouwen zijn (want normen veranderen in de tijd) en of er wel aan de normen wordt voldaan.

Diverse klanten geven aan bezorgd te zijn dat bepaalde stoffen over een paar jaar toch schadelijk blijken te zijn, en dus dat de normen wellicht niet juist zijn. De norm kan wellicht nu veilig worden geacht, maar veel klanten zijn ervan overtuigd dat normen kunnen veranderen in de tijd. *Corné: Mijn ervaring is dat normen door de jaren steeds worden bijgesteld. En dat is altijd ten nadele. Dus de normen die nu gelden, die gelden niet over tien jaar. Er is dan meer bekend geworden over de reacties van bepaalde stoffen. Dus je keurt het nu goed omdat we onder de norm zitten, maar hoe is het over een aantal jaar? Ik heb daar een beetje onbehagen bij.* Opvallend is dat het veranderen van normen en inzichten effect kan sorteren wanneer ze strenger worden én minder streng. Hoewel van een andere orde, wordt hierbij ook de link gelegd naar bijvoorbeeld de voorschriften hoe om te gaan met kraanwater en babyvoeding. *Melanie: De wettelijke norm is ook maar iets dat genoemd wordt. Wat is die norm, en in hoeverre kan je daar op vertrouwen? Vroeger, mocht je [voor baby's] absoluut geen kraanwater geven, alles moest gekookt zijn, tegenwoordig mag het gewoon uit de kraan (...) Het feit dat het nu wel mag en eerst niet is mij zorgwekkend. (...).* Tot slot kijken diverse klanten ook naar normverschuivingen binnen andere domeinen, waarmee zij aangeven dat de huidige normen er wellicht naast zitten. *Mensen dachten vroeger dat asbest ook goed was*

Daarnaast is een belangrijke zorg, voornamelijk bij klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief (zowel hoog- als laagopgeleid) de mogelijke accumulatie van stoffen in de tijd. Er is veel twijfel of angst dat accumulatie effecten niet zijn meegenomen in de normering. Een individuele stof mag dan wel onder een bepaald niveau zitten, maar wat wanneer deze stof zich ophoopt in het lichaam van een persoon die heel zijn leven water drinkt? Een gerelateerde zorg zit hem in de mix van stoffen. Individueel kunnen de stoffen wellicht dan niet zoveel kwaad, maar wat doet de cocktail van stoffen met je persoonlijke gezondheid? *Melanie: Misschien zitten er wel 1000 stoffen in [water]. En dan heb je van 1000 stoffen een klein percentage. Wat doet dat over 10 jaar met de mens?* Daarnaast is er onzekerheid of de normen wel adequaat zijn voor iedereen. *Lisanne: Een wettelijke norm kan voor jou misschien al te veel zijn.*

Met name zijn er zorgen over de norm in relatie tot oude of juist hele jonge mensen, of mensen met specifieke gezondheidsklachten of allergieën. *Saskia: Je hebt natuurlijk mensen die allergisch zijn voor bepaalde stoffen, zij krijgen er wel een beetje van binnen. Na verloop van tijd stapelen bepaalde stoffen zich wel op in je lijf. Sommige dingen breken niet af.* Tegelijkertijd duidt een opmerking n.a.v. de tekst 'Drinkwaterkwaliteit in Nederland' (Bijlage III) waarin zwangere vrouwen, pasgeboren baby's en ouderen en genoemd worden op het feit dat dit óók weer tot vragen kan leiden: *Petra: Ik vind het ook raar dat er staat dat er rekening wordt gehouden met zwangere vrouwen, pasgeboren baby's en ouderen. En wij dan? (...) Maar uiteindelijk zijn wij allemaal kwetsbaar.* Tot slot zijn er klanten, met name in de groep laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief, die zelfs twifelen of de huidige normen wel strikt genoeg zijn voor mensen die meer dan gemiddeld water drinken: *Gert: De een drinkt veel water, de ander drinkt minder (...) Je kunt wel zeggen dat er maar een klein beetje in zit en je het dus veilig kunt gebruiken, maar geldt dat ook voor iemand die drie of vier liter per dag drinkt?*

Wanneer verwezen wordt naar normen zonder bijvoorbeeld een cijfermatige onderbouwing werd er in alle klantgroepen aangegeven dat dit weinig zegt, of zelfs tot onrust leidt. *Op het moment dat je aangeeft dat er het een en ander in het water achterblijft, maar dat er een norm is waar je onder blijft zonder de norm te noemen, dan word ik eerder ongerust dan dat ik denk dat het prima is.* Maar een heel klein gedeelte van de klanten heeft kennis over de ware betekenis van normen, en hoe deze tot stand komen. Tegelijkertijd geven veel klanten aan die informatie wel te willen hebben, hoewel dat niet betekent dat zij zelfstandig opzoek zijn gegaan naar meer informatie over de norm. Duidelijkheid scheppen over de norm is niet eenvoudig. Zo resulteerde de informatie dat bij het bepalen van de richtwaarde van metformine in de tekst 'stoffen in drinkwater' een veiligheidsfactor van 100 ingebouwd tot vragen en verwarring. *Bianca: En ik vind het heel verwarrend dat ze zeggen dat er een richtlijn is, en vervolgens dat er bij het bepalen van de richtlijn een veiligheidsfactor van 100 is ingebouwd. Betekent het dat ze het getal door 100 delen en dat dat hun maximum is? Waarom door 100, waarom niet door 50 of 10?* Ook in relatie tot de tekst 'Hoe goed is Nederlands drinkwater?' (Bijlage III) werd de vraag gesteld waarom drinkwaterbedrijven hogere regels aanhouden dan wettelijk nodig. Betekent dit dat de wettelijke regels te laag zijn? *Melinda: Dan heb je regels, via de Drinkwaterwet, en dan gaan de bedrijven de regels nog strenger maken om maar zeker te weten dat ze aan de regels voldoen. Dat roept bij mij een beetje weerstand op. Als de regels zo duidelijk en goed zijn, dan zou dat niet nodig moeten zijn.*

6.5 Specifieke zorgen en behoeften

Behoefte aan transparantie

Op enkele respondenten na zijn alle klanten van mening dat een uitgebreide tabel met alle stoffen waarna gemeten wordt openbaar zou moeten zijn. Dit is echter heel wat anders dan dat klanten aangeven persoonlijk behoefte te hebben deze tabellen in te zien, laat staan te bestuderen. *Lisa: Ik vind wel dat het er moet zijn. Dit hoort gewoon openbare informatie te zijn, want wij drinken het allemaal. Ik ga het niet lezen, ik zou het ook niet opzoeken, maar ik vind wel dat het beschikbaar moet zijn.* De wens voor volledige transparantie is veeleer een gevoelskwestie waarbij het vertrouwen oproept wanneer de tabellen er zijn. *Saskia: De mogelijkheid dat het beschikbaar is vind ik wel*

fijn, maar ik hoef het niet allemaal te zien (...) Het feit dat het duidelijk is en ik niet het gevoel heb dat er dingen worden verborgen. Transparantie. Dat de feiten zwart op wit staan. Volgens verschillende deelnemers uit meerdere klantgroepen zou een tabel met de meetgegevens van alle stoffen waar onderzoek naar gedaan wordt met name interessant kunnen zijn voor specifieke klanten, zoals mensen met een allergie, of mensen die ook zelf medicijnen slikken. *Megan: stel je voor dat je kind of jijzelf een allergie hebt. Dan is het fijn dat je op zo'n lijst kunt kijken.* Daarnaast leeft het idee dat wellicht experts de openbare tabellen zouden doornemen, die dan aan bel trekken wanneer er iets loos zou zijn. Opvallend is dat de meeste scepsis over een volledige lijst bestaat bij laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief. Men vreest binnen deze groep met name dat zo een volledig overzicht ten koste zou kunnen gaan van de duidelijkheid, wat ook niet helpt voor het vertrouwen: *Jenny: Het duizelt me (...), je weet mijn god niet wat het allemaal is.* Laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief pleiten er dan ook voor in de eerste laag informatie ten altijd te blijven werken met een beperkt overzicht, idealiter per stofgroep. *Thierry: Een lange lijst dat zijn veel meer vragen: wat zijn dat allemaal, waarom zijn het er zoveel? Terwijl een korte lijst is duidelijk wat het is en dat je daaronder eventueel nog een link kunt doen met meer stoffen. En dan wat informatie over wat het dan is.* Ook de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief geven aan een korte lijst met doorklikmogelijkheid te prefereren. Niet zoals de egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief-klanten om niet ongerust en verward te raken, maar veeleer omdat ze weinig interesse hebben. Toch vinden ook zij dat het openbaar zou moeten zijn. Slechts één deelnemer van alle groepen samen geeft aan graag ook zelf complete meetreeksen te willen doornemen. Deze hoogopgeleide klant met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief geeft aan dit niet uit wantrouwen te willen doen, maar vooraleerst uit interesse. *Els: Ik denk dat ik het ga uitzoeken omdat ik het interessant vind. Maar ik blijf gewoon water drinken. Maar ik zou het voor de gein wel uitzoeken ja (...) dat lijkt me interessanter dan Netflix.*

Behoeftte aan duiding en perspectief

In alle groepen is naar voren gekomen dat klanten behoefte hebben aan een duiding en het in perspectief plaatsen van kwaliteitsdata. De meeste suggesties voor het in perspectief plaatsen van de data hebben betrekking op Nederland vergelijken met andere landen, waarbij sommige deelnemers expliciet aangeven een vergelijking met Europese landen het meest zinvol te vinden. Hierbij is de breed gedragen veronderstelling dat Nederland goed presteert in vergelijking met andere landen, wat tevens zou kunnen suggereren dat mensen deze vergelijking wensen als een vorm van geruststelling. *Melanie: ik heb hier heel veel gegevens maar geen vergelijkingsmateriaal (...) Waarom is Nederland zoveel beter vergeleken met de rest? Nemen zij minder risico? Ik zou benieuwd zijn Nederland ten opzichte van Duitsland, België.* Twee respondenten merken op geïnteresseerd te zijn in regionale verschillen. *Ada: Je hebt ook regio's waar het water een ijzersmaak heeft. Ik vraag me af waar dat dan door wordt veroorzaakt en of dat schadelijke stoffen zijn.* Daarnaast hebben meerdere respondenten uit verschillende groepen aangegeven dat een historisch perspectief hen zou helpen de huidige cijfers beter te plaatsen. Dit geldt zowel voor de mensen die het idee hebben dat de kwaliteit is verslechterd (*Laurien: Mijn oma heeft nooit problemen gehad met drinkwater, maar als blijkt dat de kwaliteit de laatste jaren enorm is verslechterd, dan maakt het je misschien wat bewuster*) en voor de mensen die het idee hebben dat de kwaliteit is verbeterd: *Angelina: Technieken worden beter, en dat hoop je ook statistisch terug te kunnen zien. En dat zou dan inderdaad kunnen door vergelijkingen met voorgaande jaren.*

Belang van consequentie

Vooraf klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief, een groep klanten die in vergelijking met andere klantengroepen gekenmerkt wordt door een hoger gevoel van wantrouwen en een lager institutioneel vertrouwen, blijkt het van groot belang te zijn dat de geboden informatie consequent overkomt. Wanneer informatie tegenstrijdig overkomt, en sommige deelnemers lijken hier bijna naar op zoek te gaan, dan wordt dit gezien als een teken of zelfs een bevestiging van de bestaande mening dat er iets niet deugt, of dat er wellicht zelfs iets achter wordt gehouden. Zo zagen enkele klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief een tegenstelling in de korte tekst 'Drinkwater is veilig en betrouwbaar'. Waarom, zo luidde de redentatie, pleit het drinkwaterbedrijf voor het stoppen van de lozingen als het werkelijk veilig is? *Gert: Je roept eerst dat het veilig en betrouwbaar is omdat het keurig onder de norm zit, maar daarna komt dan toch het ja-maar-gedeelte van 'het hoort er niet in thuis en de vergunning moet afgebouwd worden'. Ik vraag me af of het dan wel zo veilig is als ze roepen. Ik denk dan van niet. Ik vind dat enorm tegenstrijdig.* Hoewel wellicht minder wantrouwend, geven bijvoorbeeld ook met het bewust & betrokken (wij) en egalitair & solidair (zij) perspectief aan zich te ergeren aan ervaren tegenstrijdigheden. Zo wezen beide groepen op een tussenkopje 'geen chloor' in de tekst 'Hoe goed is Nederlands drinkwater?', terwijl in de tekst 'Drinkwaterkwaliteit in Nederland' staat dat er twee bedrijven zijn die wel chloor zouden gebruiken. *Jan: Het kopje 'geen chloor' wekt bij mij de suggestie dat er geen chloor in zit. Vervolgens zeg je dat je bijna geen chloor gebruikt. Zo een op het oog onschuldige tekstkeuze kan, ook bij andere klanten dan de egocentrisch & kwaliteitsgerichte (ik) klant toch tot verwarring en vragen leiden. Melinda: Ze zeggen dat het [gebruik chloor] niet nodig is, maar daarna dat er twee drinkwaterbedrijven zijn die het wel doen. (...) Ik begrijp niet waarom die twee drinkwaterbedrijven zich er dan niet aan houden.*

Behoeft: informatie op stofgroepenniveau

Hoewel door de meeste klanten de transparantie van de tekst onder de link 'stoffen in drinkwater' wordt gewaardeerd, plaatsen verschillende klanten kritische kanttekeningen bij de keuze om een aantal voorbeeldstoffen toe te lichten. Want wat zeggen die voorbeelden voor de gehele stoffengroep? Het feit dat maar een deel wordt weergegeven roept bij sommige klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief ook tot scepsis. *Gert: Maar op grond waarvan worden die zeven dan gekozen? Is dat omdat het getalletje gunstig uitpakt of is het willekeurig? Andere klanten geven aan in plaats van, wat het lijkt zeven willekeurige voorbeelden, liever de stoffen uitgelicht te zien die het meest schadelijk zijn. Melinda: Het gaat er mij meer om wat de schadelijkheid van die stoffen is, welke stoffen het schadelijkst zijn.* De meeste klanten geven echter aan voornamelijk benieuwd te zijn naar informatie die de totaalwaarden per stofgroep laat zien, met daarbij een duiding van de betekenis voor de individuele klant. *Laurien: Ze gebruiken ook hele specifieke voorbeelden. Ze noemen bijvoorbeeld een medicijn, maar dat is slechts een van de vele medicijnen die worden gebruikt. Ik heb liever cijfers voor de algemene waarden (...) Dit is maar een heel specifiek voorbeeld.* Zoals later beschreven in meer detail, zou voor veel klanten informatie over de gesommeerde concentraties per stofgroep voldoen aan de behoefte die zij aangeven te hebben. Dit is zeker het geval wanneer dit gecombineerd zou worden met een doorklik mogelijkheid waarbij de geïnteresseerde klant vervolgens informatie zou kunnen krijgen voor iedere individuele stof per stofgroep.

Het benoemen van ziekte

De versie [Bijlage II, blad 2] met de extra zinnen ‘*Het hangt van de concentratie af of een stof effect kan hebben op de gezondheid. De kans dat u ziek wordt van stoffen in drinkwater is uiterst klein*’, uitgedeeld onder de helft van alle respondenten per klantengroep, roept in zijn gunstige geval vragen op, maar lijkt nog veel vaker ongerustheid te veroorzaken. En wel bij alle klantengroepen, al is dit sentiment het sterkst binnen de twee groepen met klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief en maar in zeer beperkte mate aanwezig bij de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief.

Klantgroep	Kenmerkend citaat
Bewust & betrokken (wij)	<i>Patricia: Als ik dit lees vraag ik me af of sommige vage klachten van mensen wellicht door het drinkwater komen. Ik maak me niet ongerust, maar als ik dit lees vraag ik me wel af wat die klachten dan zijn</i>
Egalitair & solidair (zij)	<i>Jonnem: Dat doet alarmbellen afgaan, dat je ziek kunt worden van drinkwater.</i>
Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) hoogopgeleid	<i>Megan: Het maakt helemaal niks duidelijk. (...) Het is niet concreet, waardoor ik denk dat dit een verhaaltje is dat iemand verzonnen heeft om de mensen gerust te stellen.</i>
Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) laagopgeleid	<i>Melanie: Het benadrukt toch wel dat het niet altijd veilig is. (...) Ik heb gelezen dat je dan af en toe een griepje kan hebben. Dat je denkt dat het een griepje is, ik weet niet of het waar is hoor, en dat het dan het water komt, bacteriën uit water ofzo is. (...) Kraanwater ook, zeggen ze.</i>
Nuchter & vol vertrouwen (jullie)	<i>Tonny: Ik geloof er niet in dat we er ziek van gaan worden, er is zulke goede controle op. Ik geloof er geen moer van.</i>

Voor verschillende klanten blijken ook de concepten van een zeer klein risico of een uiterst kleine kans op ziekte moeilijk te vatten in een boodschap die tegelijkertijd aangeeft dat het veilig is. *Diana: Er staat dat het veilig is om te drinken, maar dat je er in een uiterst kleine kans toch ziek van kunt worden. Dat vind ik een beetje tegenstrijdig.* Dit is een groep klanten die graag duidelijkheid wil, en het liefst natuurlijk hoort dat het kraanwater 100% veilig is. En als dat onmogelijk blijkt meer duidelijkheid wat bijvoorbeeld een uiterst kleine kans is. *Megan: Wat is veilig? Er is altijd een marge van mensen die wel allergisch zijn voor het een of ander. Bepaal wat je*

met veilig bedoelt. Dat zoveel procent van de bevolking het kan drinken en daar binnen zoveel jaar niets aan overhoudt bijvoorbeeld. Er zijn allemaal mogelijkheden voor, breng die maar in beeld. Maar als je het zegt, zeg het dan goed. Het is eigenlijk een halve waarheid.

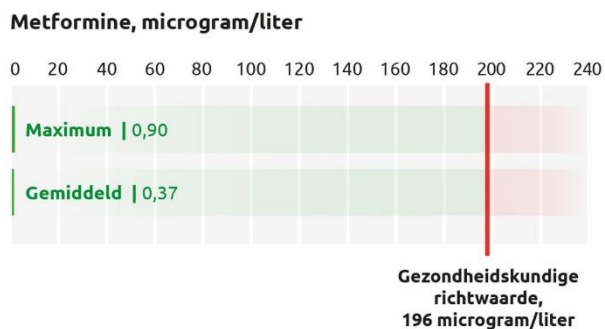
Van de 40 deelnemers zijn er slechtst twee deelnemers die deze zinnen waarin het woord ziekte wordt genoemd een goede toevoeging vinden. Eén klant met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief en een klant met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief (laagopgeleid). Die laatste verwoorde dit positieve gevoel als volgt: *Stanley: Ik heb minder vragen hierover omdat er nu instaat wat erin moet staan. Je weet dat je misschien ziek kan worden. Maar het is uiterst klein. Hoeveel is uiterst klein? 1 procent hooguit? Of 0,4 procent? Als ze dat er nog achter zetten zou het voor mij een hele geruststelling wezen.* Voor de meeste deelnemers was het verband tussen ziekte en kraanwater echter nieuw, en daarmee verwarrend en verontrustend.

Ook de analyse van de kwalitatieve antwoorden over deze tekst duidt erop dat de tekst zonder de toevoeging van de zinnen over ziekte beter aansluit bij klanten, zo wordt de tekst zonder de toevoeging door meer mensen als duidelijk en betrouwbaar ervaren, zie Bijlage IV.

6.6 Weergave

Weergave – grafiek

Tijdens alle vijf de focusgroepen hebben de deelnemers de tekst gelezen ‘Stoffen in drinkwater’, als link onder de RIVM tekst. Opvallend aan deze tekst is dat er gewerkt wordt met grafieken om de teksten te verduidelijken, zie Figuur 6-4.



Figuur 6-4: Grafiek uit de tekst ‘stoffen in drinkwater’

Tekst ondersteund door grafisch materiaal wordt door vrijwel alle klanten gewaardeerd. *Murat: Ik vind het beter om ze allebei te hebben [tekst + figuur]. Dan wordt het duidelijker. En dan voelt het ook veiliger.* Tijdens het bespreken van deze grafieken is echter gebleken dat een groot deel van de klanten de getoonde grafieken niet juist weet te lezen, vaak zonder dat ze dit zelf weten. Dit geldt voor alle klantgroepen, veelal

met ongerustheid tot gevolg. *Farid: Ik vind het echt eng om dit te lezen. Als je een liter water per dag drinkt, dan krijg je 196 microgram metformine binnen.* Na veelal spontane correcties vanuit de groep zelf zijn er diverse suggesties gemaakt hoe de grafieken duidelijker zouden kunnen: *Jan: Waarom staat bij die rode balk de tekst onder de rode balk en bij de groene balk aan de rechterkant? Ik raak dan de weg kwijt. Als de tekst er onder had gestaan, dan was het me duidelijk dat dat de waarde is. Dat haal ik er nu niet uit.* Ook blijkt dat veel deelnemers niet zien dat de waarden 0,9 en 0,37 betrekking hebben op de meest linker groener streep, en niet op het tweede groene streepje tussen 'maximum' en de waarde. *Jan: Ik zou het dan specifiek op het lijntje van 0,9 willen hebben. Dat maakt het verschil in grootte van de norm ten opzichte van hetgeen er in zit heel zichtbaar.*

Weergave - tabel

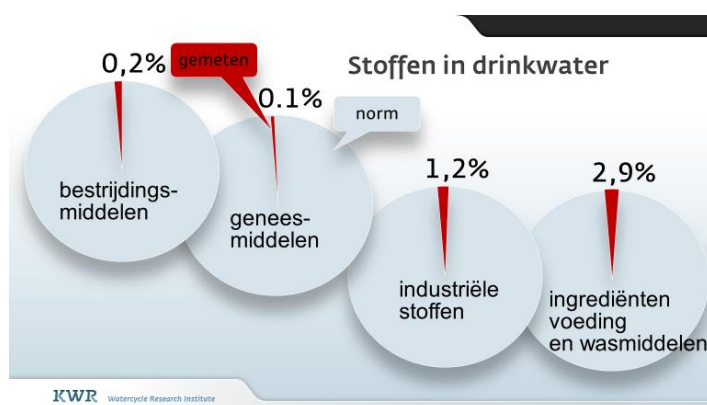
Als alternatief voor de grafieken is aan alle klantgroepen ook een alternatieve manier van weergave voorgesteld door precies dezelfde waarde in een tabel te zetten, zie Tabel 6-1. Opvallend is dat voor vrijwel alle klanten van alle klantgroepen de tabel beter wordt begrepen dan de opgemaakte grafieken. Het belang van een goed begrijpbare weergave werd eveneens evident in alle klantgroepen. Zo stelde een van de deelnemers met het bewust & betrokken (wij) perspectief: *Jan: Het valt me wel op dat ze er extreem onder zitten. Dat vind ik goed. Bij het vorige vond ik veel onduidelijk, maar dat is nu niet.* Wellicht nog groter was de opluchting in beide groepen met klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief. Zo stelde een hoogopgeleide egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief-klant: *Lisanne: Ik vind het fijner, het is overzichtelijker (...) Dit geeft mij een veiliger gevoel. De verhoudingen naast elkaar stellen eigenlijk geen reet voor. Dan valt het inderdaad wel heel erg mee.* In de groep met laagopgeleide klanten overheerste eenzelfde sentiment: *Stanley: Dit is wel heel makkelijk, heel overzichtelijk (...) het is haast niks; Henk-Jan: Het lijkt heel weinig nu; Stanley:.* Ook de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief vinden de tabel veelal een stuk duidelijker. Tegelijkertijd geven meerdere klanten aan de informatie niet interessant te vinden, en zich hier geenszins mee bezig te willen houden. *Tonny: Hier kun je juist zien dat de hoeveelheid gemeten stoffen heel laag is. Ik vind het duidelijker dan in de tekst, maar ik hoef die informatie niet te weten. Ik wil me daar niet mee bezig hoeven houden.*

	Maximaal gemeten (µg/l)	Gemiddeld gemeten (µg/l)	Gezondheidskundige richtwaarde (µg/l)
metformine	0,90	0,37	196
jomeprol	0,10	0,07	6700
glyfosaat	0,061	0,022	900
AMPA	0,960	0,035	900
melamine	2,10	1,17	50
urotropine	0,30	0,15	500
EDTA	15,6	11,2	600

Tabel 6-1: Stoffen in drinkwater

Weergave – figuur stofgroepen

Twee klantgroepen – klanten met het bewust & betrokken (wij) en met het egalitair & solidair (zij) perspectief - is naast de grafiek en de twee tabellen nog een extra manier van weergave voorgelegd, zie Figuur 6-5. Dit betreft een figuur per stofgroep, waarin steeds de zogenaamde ruimte en de werkelijk gemeten hoeveelheid is weergegeven. Hierbij is aangegeven dat deze figuur slechts een voorbeeld is, en dat de gemeten waarden in de praktijk afwijkend zouden kunnen zijn. De reacties op deze figuur waren overwegend heel positief. De figuren worden als duidelijk en als geruststellend te maken. Ron: *Dat is mooi duidelijk zo. (...)En het valt meteen op hoe weinig het is, of hoe veel.* Of Ria: *Je ziet dat de hoeveelheid geneesmiddelen eigenlijk verwaarloosbaar is.* Volgens verschillende respondenten zou een figuur als deze goed kunnen functioneren als een basisfiguur voor de eerste laag aan informatie. Geïnteresseerden die meer detail per stofgroep zouden willen weten zou dan een mogelijkheid geboden moeten worden op die stofgroep te klikken, om vervolgens bijvoorbeeld wel bij tabellen met informatie per specifieke stof terecht te komen.



Figuur 6-5: Voorbeeld figuur meetwaarden per stofgroep

6.7 Behoeftte aan verschillende lagen

Zonder uitzondering is in iedere klantgroep de wens uitgesproken voor verschillende lagen informatie met het idee dat klanten met meer specifieke interesse kunnen doorklikken op eenvoudige teksten en algemene informatie naar meer gedetailleerde informatie voor de speciaal geïnteresseerde klant. Waar de basisteksten voor iedereen te begrijpen moeten zijn, wordt in iedere groep aangegeven dat dit niet perse het geval hoeft te zijn voor de onderliggende stukken. Ada: *Ik denk dat je ook onderscheid moet maken. Een basistekst die doorlinkt naar meer informatie. Iemand die dat niet wil, die zal dat niet aanklikken. Als ik het aanklik en het gaat mijn pet te boven, dan klik ik het weer weg.* Ook klanten die aangeven zelf niet door te zullen klikken voor meer informatie, geven veelal aan het een prettig idee te vinden dat andere geïnteresseerden

dat wel zouden kunnen doen. Dit linkt aan vraag naar transparantie, en bijvoorbeeld het publiceren van meetgegevens van alle stoffen waarop getest wordt. *Angé: Het moet inzichtelijk zijn [de lijst met 500 stoffen] voor mensen die zich daar meer mee bezig houden. Voor mij als leek vind ik het prima om het globaal te zien. Maar al deze informatie moet wel ergens staan.* Sommige deelnemers stellen voor de stoffen te groeperen, en hier een eenvoudige duiding bij te geven. En als je informatie wilt hebben over een specifieke stof, zou je door moeten kunnen klikken op de stofgroep.

7 Samenvatting en conclusies

Terwijl het aantal stoffen dat in bronnen voor de productie van drinkwater wordt aangetroffen snel toeneemt wordt door ontwikkelingen in de beschikbaarheid en toegankelijkheid van data, het gebruik van communicatiemiddelen en een minder vanzelfsprekend vertrouwen in overheid en wetenschap, de communicatie over de aanwezigheid van antropogene stoffen in kraanwater en bronnen alsmaar uitdagender. De sector-brede intentie tot meer transparantie over het voorkomen van ook niet-natuurlijke stoffen in kraanwater vormt de aanleiding om klanten een correcte en begrijpelijke duiding van meetgegevens en mogelijke risico's te willen bieden, waarmee zij geïnformeerd worden, en tevens het vertrouwen maximaal behouden en versterkt kan worden.

Naast het belang van zorgvuldig gemaakte technische risico-inschattingen voor kraanwater laat dit onderzoek zien dat het ten minste zo belangrijk is ook oog te hebben voor de publieke inschatting van risico's in relatie tot stoffen in drinkwater. Bij deze publieke risico-inschattingen vindt een complexe interactie plaats tussen intuïtie, emoties, kennis, overtuiging, normen en waarden en cultuur. Onderzoek laat zien dat risico's door klanten groter of kleiner kunnen worden ervaren dan dat verwacht kan worden op basis van beschikbare gegevens. Dit wordt een "risicoperceptiegat" genoemd. In dit onderzoek is de subjectieve risicoperceptie van kraanwater verder onderzocht onder Nederlandse drinkwaterklanten.

Om beter inzicht te krijgen in risico-inschatting door drinkwaterklanten, en hierop in te kunnen spelen in de communicatie naar klanten, is in dit onderzoek specifiek gekeken naar de perceptie van verschillende klantengroepen. Hieruit zijn een aantal belangrijke lessen naar voren gekomen die in de hierop volgende twee alinea's uiteen worden gezet. De eerste alinea vat de algemene lessen samen, waarna in de tweede paragraaf lessen worden gepresenteerd in samenhang met handvaten voor communicatie.

7.1 Algemene lessen

Kraanwater wordt als veilig beschouwd. Dit hangt samen met een groot vertrouwen in drinkwaterbedrijven.

Uit de vragenlijst blijkt dat klanten kraanwater over het algemeen als veilig beschouwen (90%). De meest klanten zijn van mening dat de kwaliteit en veiligheid van kraanwater voldoende worden gecontroleerd (78%), het kraanwater voldoende wordt gezuiverd (76%) en er voldoende kennis aanwezig is bij drinkwaterbedrijven (72%). Meerdere factoren liggen ten grondslag aan dit vertrouwen, waarbij met name het vertrouwen in drinkwaterbedrijven opvalt. Slechts één op de honderd klanten ervaart kraanwater in Nederland als onveilig.

Een kwart van de klanten maakt zich zorgen over de kwaliteit.

Al beschouwen de meeste klanten kraanwater als veilig, toch maken klanten zich zorgen over de kwaliteit van het water (23%). Klanten die denken dat er niet-natuurlijke stoffen in water zitten maken zich hierover nog vaker zorgen. Echter, wanneer in perspectief geplaatst ten opzichte van andere producten en de zorgen die klanten zich hierover maken, blijkt dat kraanwater van bijna alle onderzochte productgroepen de minste zorgen oproept.

Aanzienlijke verschillen tussen klantgroepen.

Uit de analyse van de vragenlijsten komt naar voren dat klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief zich significant vaker zorgen maken over de kwaliteit en veiligheid van het Nederlandse kraanwater. Ook vrouwen, lager opgeleiden en vrouwelijke klanten met kinderen ervaren kraanwater vaker als onveilig. Deze klanten maken zich ook vaker zorgen na mediaberichtgeving over verontreinigingen en zijn het vaker oneens met de stelling dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken zolang de hoeveelheid binnen de wettelijke normen valt. Ook vinden deze groepen significant vaker dat er te weinig informatie beschikbaar is. Deze bevindingen liggen in lijn met de inzichten uit de literatuur. Ook hieruit bleek dat vrouwen zich over het algemeen meer zorgen maken over risico's en dat zij, evenals lager opgeleiden, eerder geneigd zijn risico's te overschatten.

Niet-natuurlijke stoffen worden door sommige klanten als bedreiging gezien voor de kwaliteit en veiligheid van kraanwater.

Op basis van de literatuurstudie naar de achterliggende factoren die risicopercepties beïnvloeden, kan een onderscheid gemaakt worden tussen factoren gelinkt aan het karakter van de bedreiging zelf, en factoren gelinkt aan persoonlijkheidskenmerken en sociale en politieke context. Voor kraanwater kunnen factoren gelinkt aan het karakter van de bedreiging zelf verbonden worden aan bijvoorbeeld de oorsprong van de stof. Niet-natuurlijke stoffen worden als bedreigender ervaren dan natuurlijke stoffen (Slovic 1987).

Uit dit onderzoek blijkt dat één op de vijf klanten (19%) van mening is dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen binnen de wettelijke normen in hun optiek niet veilig is om te drinken. Deze klanten hebben bovengemiddeld vaak het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief, ervaren het kraanwater vaker als onveilig, en maken zij zich vaker zorgen over de kwaliteit en veiligheid ervan. Bijna de helft van de klanten (47%), waaronder significant vaker mannen en hoogopgeleide klanten, is van mening dat kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken. Dit hangt in belangrijke mate samen met het vertrouwen dat zij hebben in het kunnen en handelen van drinkwaterbedrijven en de strenge Nederlandse normen. Echter, vooral hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief twijfelen aan de instanties die de normen opstellen, evenals aan de actualiteit van de normen zelf. Daarnaast zijn er klanten die aangeven te vinden dat niet-natuurlijke stoffen helemaal niet thuishoren in kraanwater en niet zeker te zijn over de gezondheidseffecten op de lange termijn.

Een kwart van de klanten weet überhaupt niet dat er niet-natuurlijke stoffen in kraanwater voorkomen.

Weinig klanten zijn actief op zoek naar informatie over drinkwater.

42% van de klanten is van mening dat er voldoende informatie beschikbaar is over kraanwater in Nederland, maar bijna een gelijk aantal (38%) geeft aan niet te weten of er voldoende informatie beschikbaar is. Dit duidt erop dat veel klanten niet actief op zoek gaan naar informatie. Eén op de 5 klanten vindt dat er te weinig informatie beschikbaar is. Klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) klantperspectief geven significant vaker aan dat er te weinig informatie beschikbaar is.

Uit de vragenlijsten blijkt dat klanten de media en maatschappelijke discussies als waakhond van de drinkwaterkwaliteit zien. Tegelijkertijd laat deze studie zien dat klanten die mediaberichtgeving over verontreiniging hebben gezien of gehoord, kraanwater vaker als onveilig ervaren en zich daarnaast ook meer zorgen maken over kwaliteit en veiligheid.

Ervaren veiligheid en zorgen van klanten nemen licht af na het lezen over stoffen in kraanwater.

De focusgroepresultaten laten zien dat zowel de ervaren veiligheid als de zorgen over de kwaliteit van kraanwater licht afnemen na het lezen over en bespreken van stoffen in kraanwater en transparante communicatie daarover. Dit betreft informatie van de drinkwaterbedrijven zelf, en geen mediaberichtgeving. Deze bevinding hangt samen met het feit dat klanten door transparante communicatie zich enerzijds bewust worden van het voorkomen van niet-natuurlijke stoffen in drinkwater, met een licht negatief effect, maar anderzijds meer vertrouwen krijgen in het handelen van de sector, mede juist door deze vorm van transparantie. Deze redenering sluit ook aan bij de bevindingen uit de literatuur. Zoals in hoofdstuk 2 uiteen werd gezet, zijn er een aantal individuele factoren die van invloed zijn op subjectieve risicofactoren. Slovic et al. (1982) beschrijven hoe een risico lager kan worden ingeschat als de oorzaken en gevolgen door een individu kunnen worden overzien. Mogelijk heeft het lezen over risico's en de omgang met risico's bijgedragen aan het cognitief bevatten ervan door de klanten.

Klanten hebben moeite met gebruikte eenheden en begrippen (soms zonder dit zelf te weten).

Uit de uitgebreide bespreking van verschillende teksten tijdens de focusgroepen is naar voren gekomen dat veel klanten moeite hadden met gebruikte woorden (zoals *GenX*) en eenheden (zoals nanogram, microgram of milligram). Lang niet altijd hebben klanten zelf door dat zij eenheden niet goed begrijpen, waardoor het gevaar van verkeerd getrokken conclusies op de loer ligt. Uit de website-analyse bleek ook dat het taalgebruik op de websites van de drinkwaterbedrijven over het algemeen op een hoger niveau dan B1 is, waardoor de sites niet erg toegankelijk zijn voor klanten zonder (hoge) opleiding.

Websites van drinkwaterbedrijven geven slechts beperkt informatie.

De meeste drinkwaterbedrijven geven op hun website nauwelijks informatie over de aanwezigheid van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater, en nog minder over de gezondheidseffecten van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater. Voor dat laatste

verwijzen zij door naar andere instanties. Dit heeft voornamelijk te maken met het servicedoel van de websites. Daarnaast voelden de onderzochte drinkwaterbedrijven tot nu toe geen noodzaak om hier meer over te vertellen omdat ze er weinig vragen over krijgen, en omdat ze het uitgangspunt hanteren dat ze niet over de effecten van stoffen, gezondheid en de hoogte van de normen gaan.

Drinkwaterbedrijven neigen naar meer transparantie.

De gezamenlijke hoofdboodschap van de drinkwaterbedrijven (24/7 betrouwbaar water: gezond, veilig, gecontroleerd, altijd voorradig) kan waar nodig aangevuld worden met de mededeling dat er – net als in de lucht die je inademt – stoffen in zitten: mineralen, kalk en in hele lage concentraties ook andere stoffen (contaminanten), maar altijd in zulke lage concentraties dat drinkwater in alle gevallen veilig is. Vertrouwen behouden is het doel van de boodschap; transparantie een middel om je betrouwbaarheid te tonen. De onderzochte drinkwaterbedrijven vinden het ook belangrijk dat informatie een noodzaak en handelingsperspectief heeft. Zijn deze er niet, of minder, dan vinden ze het voldoende als je de informatie kunt terugvinden of opvragen.

7.2 Lessen met handvatten voor communicatie over waterkwaliteit

Afstemming kanalen & consistente boodschap

Uit de vragenlijst en focusgroepen blijkt dat wanneer klanten informatie zoeken over de kwaliteit van kraanwater zij dit voornamelijk doen via een zoekmachine, meer nog dan via de website van drinkwaterbedrijven. Dit bevestigt het idee dat het van belang is dat betrouwbare informatie over kraanwater hoog scoort in internetzoekopdrachten (SEO).

Klanten die informatie hebben ingewonnen via sociale media, vrienden of familie ervaren het kraanwater significant vaker als onveilig. Met name via sociale media worden er regelmatig onjuiste boodschappen verspreid. Actief social media beleid kan zorgen voor meer en betere informatie over de veiligheid en kwaliteit van drinkwater. Daarbij is consistentie essentieel.

Tot slot is het, met betrekking tot het uitdragen van een consistente boodschap, van belang dat de verschillende drinkwaterbedrijven (en andere betrokkenen) zich blijven presenteren als een eenheid van bedrijven. Uit het literatuuronderzoek blijkt dit effectiever te zijn dan wanneer bedrijven niet op een lijn zitten en/of verantwoordelijkheden afschuiven.

Structurele communicatie

Het bieden van een eenduidige boodschap kan ook gelinkt worden aan een van de handvatten die naar voren kwam uit de literatuur: door structureel en proactief over kwaliteit te communiceren kan worden voorkomen dat klanten heel erg schrikken van een calamiteit. Klanten kunnen op de hoogte gehouden worden van eventuele onzekerheden om verrassingen te voorkomen. Ook past in deze lijn het (onder andere via social media) proactief communiceren over de veiligheid van kraanwater, en niet alleen reactief na vragen, opmerkingen of (negatieve) mediaberichtgeving.

Transparantie en verschillende “informatielagen”

De meeste websites van drinkwaterbedrijven bevatten een beperkt aantal lagen informatie en nauwelijks informatie over de aanwezigheid van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater. Op basis van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat klanten transparantie heel belangrijk vinden. Niet omdat ze aangeven meetreeksen van alle stoffen te zullen lezen, maar omdat ze het een teken van betrouwbaarheid vinden wanneer alle informatie beschikbaar is en niets wordt achtergehouden. Bovendien, zo is het idee, kunnen journalisten of andere onafhankelijke experts op deze manier de kwaliteit controleren, en via mediaberichtgeving het publiek informeren mocht er iets mis zijn.

In de focusgroepen benadrukken klanten dat zij het liefst zouden willen doorklikken naar verschillende lagen informatie. Hier staan dan alle tabellen met meetgegevens openbaar, zij het op een “diepere” laag. Ook hierbij is de vindbaarheid in zoekmachines (SEO) weer van belang, omdat bekend is dat veel klanten informatie zoeken via een zoekmachine.

Weergave

Klanten hebben tijdens de focusgroepen aangegeven het fijn te vinden als teksten worden ondersteund door grafisch materiaal. Dit kan bijvoorbeeld door gegevens ook in een cirkeldiagram weer te geven. Het gebruik van grafieken kan ook, maar dient met zorg te gebeuren en voor publicatie te worden getoetst op leesbaarheid door verschillende klantgroepen. Nader onderzoek met een reeks professioneel uitgewerkte voorbeelden zou moeten uitwijzen wat voor verschillende klantgroepen de beste grafische weergave is. Klanten geven verder aan het lastig te vinden als er wordt gewerkt met voorbeeldstoffen, in plaats van een lijst van alle stoffen. Ze kunnen lastig inschatten hoe representatief deze zijn voor de algehele balans.

Duiding

Op de meeste websites van drinkwaterbedrijven is nog weinig duiding te vinden als het gaat over de samenstelling van kraanwater. Uit dit onderzoek blijkt dat klanten echter sterk de behoefte hebben aan informatie die wordt geduid en in perspectief geplaatst. Dit kan door bijvoorbeeld aan te geven wat bepaalde eenheden inhouden. Doordat klanten eenheden moeilijk te bevatten vinden, kunnen zij zich een slechte voorstelling maken van het risico. Door duiding te geven aan een eenheid of een norm, door de hoeveelheid van een stof bijvoorbeeld te vergelijken met een vergelijkbaar aantal paracetamol tabletten opgelost in een zwembad, kunnen deze gegevens beeldend worden gemaakt.

Een andere vorm van gewenste duiding heeft te maken met de behoefte van verschillende respondenten uit de focusgroepen om de Nederlandse kwaliteitsdata in vergelijking te zien met de kwaliteit van kraanwater in andere landen. Veel klanten geven aan te weten dat in het buitenland veel meer chloor wordt gebruikt bij het zuiveren van water, maar vragen zich bijvoorbeeld af waarom dit in Nederland niet nodig is, en waarom het beter is dat dit in Nederland niet aan de orde is.

Normen worden beschouwd als abstract en zijn een lastig ijkpunt voor klanten.

In de huidige communicatie over risico's wordt veelvuldig verwezen naar en gebouwd op een discours over het voldoen aan de norm. Dit onderzoek duidt erop dat niet alleen doorverwijzen naar de norm, maar daarnaast een eigen verhaal over zuivering en controle vertellen, mede in het licht van het hoge vertrouwen dat drinkwaterbedrijven genieten, zeker zo sterk is. Hierbij is het van belang is te benadrukken dat kwaliteitsmetingen zowel plaatsvinden op de pompstations als bij klanten thuis. Het vertrouwen in drinkwaterbedrijven is hoog, terwijl het verhaal over normen veel vragen oproept. Klanten zouden graag meer informatie willen over de actualiteit van de norm, hoe deze is opgesteld, en in hoeverre rekening is gehouden met de accumulatie van stoffen. Ook geven klanten aan bang te zijn dat normen enkel gelden voor doorsnee klanten, en geen rekening houden met bijvoorbeeld zwangere vrouwen of mensen die bovengemiddeld veel water drinken. Door uit te leggen dat risico's op de meest kwetsbare groepen gebaseerd worden, kun je deze angsten afvangen. Hierbij is het goed om niet slechts te verwijzen naar bijvoorbeeld het RIVM, maar dit ook zelf uit te leggen (ondanks dat drinkwaterbedrijven hier niet over gaan). Deze uitleg vanuit eenzelfde bron geeft klanten vertrouwen.

Naast dat de norm beter uitgelegd kan worden, geven sommige klanten ook aan dat dit geen standaard ijkpunt zou moeten zijn om gegevens te presenteren. De norm wordt soms gezien als iets politieks, als iets zijnde onderhevig aan lobby vanuit landbouw/industrie, en dus niet per se een autoriteit waar mensen in geloven of vertrouwen. Ook geven verschillende klanten aan het onduidelijk te vinden waarom ervoor wordt gekozen een factor onder de norm te zitten. Drinkwaterbedrijven kan daarom worden aangeraden duidelijk uit te leggen wat hun afwegingen zijn in deze context. Op basis van de literatuur kan gesteld worden dat een kwalitatieve benadering mogelijk beter werkt. Een dergelijke benadering focust niet op kwantitatieve benadering, waarbij er naar de verhouding tot de norm wordt gekeken, maar geeft aan dat het kraanwater betrouwbaar is, ook al is water meer dan H₂O. Er zitten stoffen in water. Dit zijn vooral natuurlijke stoffen zoals kalk, maar ook hele kleine hoeveelheden niet-natuurlijke stoffen.

Focus op zuivering en controle

Meer nadruk op en informatie over zuiveringsprocessen en de uitgevoerde controles kan bijdragen aan het vertrouwen van klanten. Ook het feit dat drinkwaterbedrijven meer dan 500 verschillende stoffen meten draagt hieraan bij en kan meer benadrukt worden. Dit zet de expertise van drinkwaterbedrijven in de schijnwerpers, laat zien dat zuiveringsinstallaties zeer geavanceerd zijn, én benadrukt dat drinkwaterbedrijven er bovenop zitten. Een transparante communicatie over de resultaten van deze zuivering en controles kan worden gezien als een investering in de betrouwbaarheid van een bedrijf. Hierbij lijkt het effectiever te zijn te benoemen hoeveel van een stof t.o.v. de norm er nog inzit na zuivering, dan aan te geven hoeveel procent van een bepaalde stof is weggehaald (e.g. 98%). Op deze manier komt de in lekentaal moeilijk te beantwoorden vraag waarom niet 100% van een stof kan worden verwijderd, zoals naar voren gekomen is in een van de focusgroepen, wellicht minder op de voorgrond te staan.

Daarnaast is het voor klanten belangrijk uit te leggen waarom niet alle bedrijven dezelfde stoffen meten. Om dit op te helderen zou een uitleg kunnen worden toegevoegd over het verschil in stoffen tussen bedrijven met een grond- en oppervlaktewaterwinning.

Aansluiting bij perceptie

Slovic et al. (1982) raden aan om de communicatie over risico's af te stemmen op de manier waarop mensen risico's tot zich nemen en begrijpen. Dit kan een uitdaging zijn doordat mensen bewust of onbewust op zoek gaan naar informatie die hun ideeën ondersteunen (*selective exposure*). Opvallend tijdens de focusgroepen is dat het benoemen van ziekte zorgen veroorzaakt. Het kan daarom geconcludeerd worden dat, om aan te sluiten bij de perceptie en het narratief van veilig kraanwater, het beter is ziekte niet te benoemen. Door de hoofdboodschap dat kraanwater in Nederland veilig is te benadrukken, worden klanten gerustgesteld. Dit advies kwam ook naar voren uit de literatuur, waar wordt benadrukt rekening te houden met de reputatie van bepaalde stoffen om hier in communicatie op te kunnen anticiperen. Hetzelfde geldt voor berichten over de vervuiling van grondwater en andere bronnen. Het is bij berichten over dreiging van drinkwatervervuiling belangrijk te benadrukken dat dit over *toekomstige* bedreigingen gaat waarvoor men nu al moet handelen. Vooral respondenten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief herkennen deze knip niet altijd, en zien dus niet altijd dat zorgen over bronnen in de toekomst nog geen onheil betekenen voor het kraanwater van vandaag de dag.

Aansluiting bij perspectief

Gelinkt aan het vorige besproken handvat, is het van belang te herkennen dat verschillende klantgroepen dezelfde informatie heel anders kunnen beleven. Bij het opstellen van informatieboodschappen kan hier rekening mee worden gehouden. Daarnaast is het van belang dat servicemedewerkers zich van deze verschillen bewust zijn, en begrijpen hoe ze deze lessen kunnen vertalen in hun handelen.

Hoewel de groep klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief relatief het kleinst is (13%) is dit wanneer het gaat over communicatie over de kwaliteit van kraanwater een zeer belangrijke groep. Het is immers onder deze klanten dat relatief de meeste zorgen leven, en het vertrouwen het laagst is. Dit onderzoek duidt erop dat hoogopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief behoefte hebben aan uitgebreide informatie over de kwaliteit van kraanwater, en het effect van de aanwezigheid van niet-natuurlijke stoffen voor hun eigen gezondheid. Ook is dit een groep klanten die opvallend vaak expliciet vraagt om uitleg van de normen. Hoewel deze groep klanten net als alle klantgroepen over het algemeen wars is van ingewikkelde teksten, moet hierbij specifiek gewaakt worden dat berichtgeving niet sussend of verhullend overkomt. Relaterend aan het relatief laag (institutioneel) vertrouwen van deze groep klanten, kan vaagheid of verhullende teksten ervaren worden als het moedwillig achterhouden van informatie. Er is binnen deze groep dan ook veel behoefte aan transparantie en "diepere" lagen van informatie. Laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief delen de wens om transparantie, maar hebben behoefte aan zeer eenvoudige berichtgeving ondersteund met grafisch materiaal. Abstracte verwijzingen naar "voldoen aan de normen" sorteert weinig effect binnen deze groep. Zeker voor deze klanten lijkt het zinnvoller te zijn het verhaal van goede zuivering, strikte controle en volledige transparantie te benadrukken. Een aandachtspunt voor deze groep is dat eenheden vaak niet begrepen worden, vaak zonder dat mensen het zelf door hebben. Hierdoor kan extra zorg en wantrouwen ontstaan.

Aan de andere kant van het spectrum staan de klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief. Dit is een nuchtere groep klanten, een groep klanten

ook die niet snel op zoek zal gaan naar informatie. Deze groep klanten wordt het beste bediend door korte feitelijke informatie. Er is weinig tot geen interesse wat het drinkwaterbedrijf allemaal doet, maar alleen in de betekenis van de informatie voor de individuele klant, bijvoorbeeld in het geval van een kookadvies.

Klanten met het bewust & betrokken (wij) en klanten met het egalitair & solidair (zij) perspectief zitten tussen deze twee extremen in. Het zijn klanten die transparantie over de kwaliteit op prijs stellen, maar waarbij gebouwd kan worden op een hoge mate van vertrouwen in de kunde van drinkwaterbedrijven, de wetenschap, normeringen, controles, en het water zelf. Waar deze groepen in vergelijking met klanten met egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) en nuchter & vol vertrouwen (jullie) bovendien interesse in hebben is de gevolgen van stoffen in water voor de natuur (wij perspectief) en handelingsperspectief voor klanten aangaande wat zij kunnen doen om het aantal stoffen wat in het milieu terecht komt te reduceren.

8 Referenties

- Baken, K.A. (2014). *Klantperceptie omtrent contaminanten in drinkwater*. Deel I : Inventarisatie waardering waterkwaliteit, oorzaken en aanbevelingen. KWR Watercycle Research Institute, Nieuwegein.
- Bäckstrand, K. (2003). Civic science for sustainability: reframing the role of experts, policy-makers and citizens in environmental governance. *Global Environmental Politics*, 3(4), 24-41.
- Barraqué, B. (2003). Past and future sustainability of water policies in Europe. *Natural Resources Forum*, 27, pp. 200-211.
- Beck, U. (1992). *Risk Society – Towards a New Modernity*. SAGE publications: London.
- Bernhardt, E., Rosi, E.J., Gessner, M.O., (2017). Synthetic chemicals as agents of global change. *Front Ecol Environ* 15(2), 84-90.
- Boholm, Å. (1996). The cultural theory of risk: an anthropological critique, *Ethnos*, 61, 64-84.
- Brouwer, S., Pieron, M., Sjerps, R., & Schalkwijk, B. (2016). Van Klantbeleving tot Handelingsopties: fase 2. Nieuwegein: BTO 2016.006, KWR.
- Brouwer, S., & Sjerps, R. (2018). Klantperspectieven. Nieuwegein: BTO 2018.083, KWR.
- Kahan, D. M., & Braman, D. (2006). Cultural cognition and public policy. *Yale L. & Pol'y Rev.*, 24, 149.
- Dolnicar, S., Hurlimann, A., & Grün, B. (2011). What affects public acceptance of recycled and desalinated water? *Water research*, 45(2), 933-943.
- Douglas, M. (1978). *Cultural Bias*. Occasional Paper no. 35, Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland.
- Douglas, M. & Wildavsky, A. (1982). *Risk and Culture*. Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press.
- Fielding, K. S., Gardner, J., Leviston, Z., & Price, J. (2015). Comparing public perceptions of alternative water sources for potable use: the case of rainwater, stormwater, desalinated water, and recycled water. *Water Resources Management*, 29(12), 4501-4518.
- Fife-Schaw, C., Kelay, T., Vloerbergh, I., Chenoweth, J., Morrison, G., & Lundehn, C. (2007). Consumer preferences: An overview (Vol. 7).
- Friedler, E., & Lahav, O. (2006). Centralised urban wastewater reuse: what is the public attitude? *Water Science and Technology*, 54(6-7), 423-430.
- Garcia-Cuerva, L., Berglund, E. Z., & Binder, A. R. (2016). Public perceptions of water shortages, conservation behaviors, and support for water reuse in the US. *Resources, Conservation and Recycling*, 113, 106-115.
- Gezondheidsraad (1995). Niet alle risico's zijn gelijk: Kanttekeningen bij de grondslagen van de risicobenadering in het milieubeleid. Commissie Risicomaten en risicobeoordeling. Den Haag, 1995/06.
- Gezondheidsraad (1996). Risico, meer dan een getal. Handreiking voor een verdere ontwikkeling van de risicobenadering in het milieubeleid. Den Haag: Gezondheidsraad, publikatie nr 1996/03
- Goldstein, J., & Keohane, R. O. (Eds.). (1993). *Ideas and foreign policy: beliefs, institutions, and political change*. Cornell University Press.
- Gregersen, N. P., & Bjurulf, P. (1996). Young novice drivers: Towards a model of their accident involvement. *Accident Analysis & Prevention*, 28(2), 229-241.
- Habermas, J. (1996, translated by W. Rehg) *Between Facts and Norms - Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. The Massachusetts Institute of Technology Press: Cambridge, MA.

- Hegger, D. L. T., Spaargaren, G., van Vliet, B. J. M., & Frijns, J. (2011). Consumer-inclusive innovation strategies for the Dutch water supply sector: Opportunities for more sustainable products and services. *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences*, 58(1), 49-56. doi:https://doi.org/10.1016/j.njas.2010.10.001
- Hills, S., Birks, R., & McKenzie, B. (2002). The Millennium Dome "Watercycle" experiment: to evaluate water efficiency and customer perception at a recycling scheme for 6 million visitors. *Water Science and Technology*, 46(6-7), 233-240.
- Ittelson, W.H.(1978). Environmental perception and urban experience. *Environment and Behaviour*, 10, 193-213.
- Jasanoff, S. (2004). *States of Knowledge: The Co-Production of Science and Social Order*. Routledge: London.
- Kahan, D.M. (2006). Fear of Democracy: A Cultural Evaluation of Sunstein on Risk. *Faculty Scholarship Series*, Paper 104: 1071-1109.
- Kasperson et al. (1998). The Social Amplification of Risk A Conceptual Framework. *Risk Analysis*, 8(2): 177-187.
- Lidskog R. (2008). Scientised Citizens and Democratised Science. Re-assessing the Expert-lay Divide. *Journal of Risk Research*. 11(1):69-86.
- Lidskog, R., Y. Ugglå, and L. Soneryd. (2011). Making Transboundary Risks Governable: Reducing Complexity, Constructing Spatial Identity and Ascribing Capabilities. *AMBIO*. doi:10.1007/s13280-010-0123-3.
- Lofstedt, R. F. Boudier, J. Wardman and S. Chakraborty (2011). The changing nature of communication and regulation of risk in Europe, *Journal of Risk Research*, 14:4, 409-429.
- Morgan, D. L. (1998). *The Focus Group Guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Nowotny, H., P. Scott and M. Gibbons (2001). *Re-Thinking Science: Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty*. Polity Press: London.
- Pidgeon and Kasperson (2003.) *The social amplification of risk*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Po, M., Nancarrow, B., Leviston, Z., Porter, N., Syme, G., Kaercher, J. (2005). Predicting Community Behaviour in Relation to Wastewater Reuse: what Drives Decisions to Accept or Reject? Retrieved from Melbourne:
- Poortinga, W. and N.F. Pidgeon (2005). Trust in Risk Regulation: Cause or Consequence of the Acceptability of GM Food? *Risk Analysis*, 25(1): 199-209.
- Rachman, S.J. (1990). *Fear and courage*. San Francisco: W F Freeman.
- RIVM (2003). Nuchter omgaan met risico's. Milieu- en Natuurplanbureau (MNP), RIVM, rapport 251701047/2003, Bilthoven
- Price, P.C. (2001). A group size effect on personal risk judgments: Implications for unrealistic optimism. *Memory and Cognition*, 29, 578-586.
- Renn, O. en Swaton, E. (1984). psychological and sociological approaches to study risk perception. *Environment International*, 10: 557-575.
- Renn, O. (2008). *Risk governance: coping with uncertainty in a complex world*. Earthscan: London.
- Rittel, H.W.J. and M.M. Webber (1973). Dilemmas in a General Theory of Planning. *Policy Sciences*, 4(2): 155-169.
- Rosanvallon, P. (2008). *Counter-Democracy - Politics in an Age of Distrust*. Cambridge University Press: Cambridge
- Rothstein, Huber and Gaskell (2006). A theory of risk colonization: The spiralling regulatory logics of societal and institutional risk. *Economy and Society*, 35(1).
- Rundblad, G., Tang, C., Knapton, O., Ragain, L., Myzer, M., Tytus, A. E., . . . Cooke, R. (2013). Consumer Perceptions and Attitudes Toward EDCs and PPCPs in Drinking Water (1605732257).
- Sjerps, R.M., Vughs, D., van Leerdam, J.A., ter Laak, T.L., van Wezel, A.P. (2016). Data-driven prioritization of chemicals for various water types using suspect screening LC-HRMS. *Water Res* 93, 254-64.

- Sjerps, R.M.A., ter Laak, T.L., Zwolsman, G.J.J.G. (2017). Projected impact of climate change and chemical emissions on the water quality of the European rivers Rhine and Meuse: A drinking water perspective. *Science of the Total Environment* 601-602, 1682-1694.
- Slovic P. , Fischhoff B. , Lichtenstein S. (1980). Facts versus fears: Understanding perceived risk. In Kahneman D.Slovic P.Tversky A. (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*: 463-489. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236 (4799), pp. 280-285.
- Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2004). Risk as analysis and risk as feelings: Some thoughts about affect, reason, risk, and rationality. *Risk analysis*, 24(2), 311-322.
- Smith, H. M., Brouwer, S., Jeffrey, P., & Frijns, J. (2018). Public responses to water reuse - Understanding the evidence. *Journal of Environmental Management*, 207, 43-50. doi:https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.11.021
- Smith, H. M., Rutter, P., & Jeffrey, P. (2015). Public perceptions of recycled water: a survey of visitors to the London 2012 Olympic Park. *Journal of Water Reuse and Desalination*, 5(2), 189-195.
- Thompson, M., Ellis, R. & Wildavsky, A. (1990). *Cultural Theory*. Boulder: Westview Press.
- Tweede Kamer (1989). Omgaan met risico's; de risicobenadering in het milieubeleid. Bijlage bij het Nationaal Milieubeleidsplan. Handelingen Tweede Kamer, vergaderjaar 1988-1989, 21137 nr 5. Den Haag: SDU.
- Van Leeuwen, C.J. (2007). Introduction. In: *Risk Assessment of Chemicals*. An Introduction (2nd edition). Van Leeuwen, C.J. and T.G. Vermeire, eds. Springer Publishers, Dordrecht, The Netherlands, pp 1- 36.
- Van Teeffelen, C., Hermans, J. & De Jong, J. (2017). Nationaal wateronderzoek 2017: Een kwantitatief onderzoek onder Nederlanders naar de beleving en waardering van water in opdracht van FWS. Ruigrok Netpanel, Amsterdam.
- Warren, M.E. (2006). Deliberative Democracy and Authority. *The American Political Science Review*, 90(1): 46-60.
- Wildavsky, A. & Dake, K. (1990). Theories of risk perception: Who fears what and why? *Daedalus*, 119, 41-60.
- Wuijts S, Buscher CH, Zijp MC, Verweij W, Moermond CTA, de Roda Husman AM, Tangena BH, Hooijboer A. (2011). Toekomstverkenning drinkwatervoorziening in Nederland. RIVM Rapport 609716001.

Bijlage I Achtergrondgegevens steekproef

Tabel 8-1: Achtergrondgegevens steekproef (n = 1057)

Geslacht	
Man	47%
Vrouw	53%
Leeftijdscategorie	
Jonger dan 18 jaar	0%
18 - 29 jaar	15%
30 - 44 jaar	25%
45 - 59 jaar	31%
60 plus	29%
Hoogste opleidingsniveau	
Basisschool	1%
LBO / VMBO-kader / VMBO-Basisberoeps	7%
MAVO / VMBO-Theoretisch / VMBO Gemengd	12%
HAVO	8%
VWO	4%
MBO	30%
HBO	30%
WO	9%

Verskil in klanteigenschappen

Om 'pseudo-relaties' te voorkomen is in dit onderzoek ook gekeken naar de representativiteit van het onderzoek in het licht van verschillende eigenschappen van klanten. Hieruit blijkt dat het gemiddelde opleidingsniveau van de mannelijke respondenten over het algemeen hoger was dan die voor vrouwen (Mann-Whitney U test, $p < 0.001$). Er was geen significant verschil in gemiddelde leeftijd tussen mannen en vrouwen (Mann-Whitney U test, $p = 0.80$). Kijkend naar de verschillende perspectieven dan valt op dat de verdeling tussen mannen en vrouwen niet gelijk was (chisquare test, $p < 0.001$), met meer mannen met een nuchter & vol vertrouwen (jullie) en egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik)-perspectief. Deelnemende vrouwen hadden in vergelijking met deelnemende mannen iets vaker kinderen of waren zwanger (chisquare test, $p < 0.01$).

Deze structurele verschillen in klanteneigenschappen tussen mannen en vrouwen kunnen invloed hebben op de resultaten van de statistische toetsen. Wanneer bijvoorbeeld zowel geslacht en opleiding een positieve dan wel negatieve relatie

hebben met een klantrespons, dan zou dit mogelijk een 'pseudo-relatie' kunnen zijn. Om dit uit te sluiten zijn alle statistische toetsen ook apart uitgevoerd voor mannen en vrouwen. Een samenvatting van die additionele analyse is samengevat in onderstaande tabellen 8-2 t/m8-5), waar relevant zijn de uitkomsten hiervan opgenomen in de voorgaande hoofdstukken.

Tabel 8-2: Testresultaten relaties tussen klanteigenschappen en ervaren veiligheid als in Tabel 4-1, maar apart getoetst voor mannen en vrouwen

	Het ervaren van kraanwater als veilig		Gebruikte toets
	U, rho of χ^2	p	
<i>Mannen (N=500)</i>			
Leeftijd	0.03	0.51	Spearman
Opleiding *	-0.14	<0.01	Spearman
Zwanger/kinderen	29826	0.4	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	17754	0.07	Mann-Whitney
Chronisch ziek	14818	0.45	Mann-Whitney
Klantperspectief *	57	<0.001	Chi ²
Bron	26	0.05	Chi ²
<i>Vrouwen (N=551)</i>			
Leeftijd	0.05	0.22	Spearman
Opleiding *	-0.22	<0.001	Spearman
Zwanger/kinderen *	30030	<0.01	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	20202	0.31	Mann-Whitney
Chronisch ziek	29988	0.42	Mann-Whitney
Klantperspectief *	80	<0.001	Chi ²
Bron *	23	<0.05	Chi ²

Tabel 8-3: Testresultaten relaties tussen klanteigenschappen en het maken van zorgen over kwaliteit en veiligheid ervaren veiligheid als in Tabel 4-2, maar apart getoetend voor mannen en vrouwen

	Het maken van zorgen over kwaliteit en veiligheid		Gebruikte toets
	U, rho of χ^2	p	
<i>Mannen (N=487)</i>			
Leeftijd	0.03	0.58	Spearman
Opleiding	-0.04	0.32	Spearman
Zwanger/kinderen	27280	0.16	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	16846	0.09	Mann-Whitney
Chronisch ziek	14700	0.95	Mann-Whitney
Klantperspectief *	65	<0.001	Chi2
Bron	11	0.81	Chi2
<i>Vrouwen (N=544)</i>			
Leeftijd	0.07	0.09	Spearman
Opleiding	-0.05	0.25	Spearman
Zwanger/kinderen *	29820	<0.01	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	19106	0.32	Mann-Whitney
Chronisch ziek	28700	0.26	Mann-Whitney
Klantperspectief *	64	<0.001	Chi2
Bron *	32	<0.05	Chi2

Tabel 8-4: Testresultaten relaties tussen klanteigenschappen en het voorkomen van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater als in Tabel 4-3, maar apart getoetend voor mannen en vrouwen

	Het voorkomen van niet-natuurlijke stoffen in kraanwater		Gebruikte toets
	U, rho of χ^2	p	
<i>Mannen (N=430)</i>			
Leeftijd	-0.06	0.24	Spearman
Opleiding *	0.11	<0.05	Spearman
Zwanger/kinderen	23622	0.56	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	13302	0.09	Mann-Whitney
Chronisch ziek	10491	0.14	Mann-Whitney
Klantperspectief	3	0.39	Chi ²
Bron	3	0.57	Chi ²
<i>Vrouwen (N=423)</i>			
Leeftijd	-0.07	0.17	Spearman
Opleiding *	0.1	<0.05	Spearman
Zwanger/kinderen	21246	0.6	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	11117	0.08	Mann-Whitney
Chronisch ziek	17126	0.12	Mann-Whitney

Klantperspectief *	22	<0.001	Chi ²
Bron *	14	<0.01	Chi ²

Tabel 8-5: Testresultaten relaties tussen klanteigenschappen en de stelling 'kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken' als in Tabel 4-4, maar apart getoetend voor mannen en vrouwen

	kraanwater met een kleine hoeveelheid niet-natuurlijke stoffen veilig is om te drinken		Gebruikte toets
	U, rho of χ^2	p	
<i>Mannen (N=481)</i>			
Leeftijd	-0.05	0.31	Spearman
Opleiding	0.08	0.07	Spearman
Zwanger/kinderen	29522	0.58	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	19255	0.5	Mann-Whitney
Chronisch ziek	13866	0.39	Mann-Whitney
Klantperspectief *	38	<0.001	Chi ²
Bron	23	0.11	Chi ²
<i>Vrouwen (N=525)</i>			
Leeftijd	-0.01	0.81	Spearman
Opleiding	0.02	0.67	Spearman
Zwanger/kinderen	33386	0.32	Mann-Whitney
Zwanger/kinderen jonger dan 13	18490	0.38	Mann-Whitney
Chronisch ziek	27082	0.27	Mann-Whitney
Klantperspectief	20	0.06	Chi ²
Bron	16	0.44	Chi ²

Bijlage II Schriftelijke vragen focusgroepen

Blad 1

1. Welk rapportcijfer geeft u voor de kwaliteit van uw kraanwater?
Een 1 staat hierbij voor zeer slecht, en een 10 voor uitmuntend.
2. Hoe veilig ervaart u het Nederlandse kraanwater?
(Zeer (on)veilig, (on)veilig, niet veilig, maar ook niet onveilig, weet ik niet)
3. In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?
(Helemaal mee (on)eens, mee (on)eens, neutraal, weet niet)
 - Ik maak mij wel eens zorgen over de kwaliteit en veiligheid van Nederlands kraanwater
 - De aandacht in Nederland voor de kwaliteit en veiligheid van kraanwater is sterk overdreven
 - Kraanwater wordt in Nederland voldoende gezuiverd
 - De kwaliteit en veiligheid van kraanwater wordt in Nederland goed gecontroleerd
 - Mijn drinkwaterbedrijf heeft voldoende kennis om mijn kraanwater veilig te houden

Blad 2

Stoffen in drinkwater

Drinkwater bevat allerlei mineralen, zouten, bacteriën en andere stoffen. In de Drinkwaterwet staan alle kwaliteitseisen voor veilig drinkwater. In Nederland wordt drinkwater gemaakt van grond- en rivierwater. Via afvalstromen van mensen en industrie komen stoffen in de lucht, het water en de bodem terecht. Voorbeelden daarvan zijn medicijnen, bestrijdingsmiddelen, industriële stoffen en microplastics. Deze stoffen komen via rivier- en grondwater dus ook in drinkwater terecht.

Veel stoffen worden er tijdens het zuiveren uitgehaald, zodat het kraanwater voldoet aan alle strenge eisen die daar in Nederland voor gelden. Niet alle stoffen kunnen er tijdens het zuiveren worden uitgehaald. Er wordt voortdurend onderzoek gedaan naar de waterkwaliteit. Dankzij nieuwe technieken kunnen deze stoffen steeds beter worden gemeten. Van sommige stoffen treffen wij zeer lage hoeveelheden aan in drinkwater. Het hangt van de concentratie af of een stof effecten kan hebben op de gezondheid. De kans dat u ziek wordt van stoffen in drinkwater is uiterst klein. De gemeten concentraties zijn ver onder de normen die zijn vastgelegd in de wet. Dit betekent dat het drinkwater veilig is om te drinken.

Tekst 'Stoffen in drinkwater'. De twee (enkel in deze tabel) onderstreepte zinnen waren slechts bij de helft van de deelnemers in de tekst opgenomen.

Blad 3

1. Welk rapportcijfer geeft u voor de kwaliteit van de tekst? *Een 1 staat hierbij voor zeer slecht, en een 10 voor uitmuntend.*
2. In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen over de tekst? *(Helemaal mee (on)eens, mee (on)eens, neutraal, weet niet)*
 - De tekst is duidelijk
 - De tekst bevat te weinig informatie
 - De tekst komt betrouwbaar over
 - Door het lezen van de tekst heb ik meer vertrouwen in de kwaliteit en veiligheid van water
3. Hoe zou de tekst beter kunnen?

Blad 4

1. Welk rapportcijfer geeft u voor de kwaliteit van uw kraanwater?
Een 1 staat hierbij voor zeer slecht, en een 10 voor uitmuntend.
2. Hoe veilig ervaart u het Nederlandse kraanwater?
(Zeer (on)veilig, (on)veilig, niet veilig, maar ook niet onveilig, weet ik niet)
3. In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?
(Helemaal mee (on)eens, mee (on)eens, neutraal, weet niet)
 - Ik maak mij wel eens zorgen over de kwaliteit en veiligheid van Nederlands kraanwater
 - De aandacht in Nederland voor de kwaliteit en veiligheid van kraanwater is sterk overdreven
 - Kraanwater wordt in Nederland voldoende gezuiverd
 - De kwaliteit en veiligheid van kraanwater wordt in Nederland goed gecontroleerd
 - Mijn drinkwaterbedrijf heeft voldoende kennis om mijn kraanwater veilig te houden

Bijlage III Teksten focusgroepen

In lijn met een belangrijke doelstelling van het onderzoek – het formuleren van communicatiehandvatten – is in de focusgroepen gewerkt met een aantal teksten over (stoffen in) kraanwater. Deze teksten zijn geselecteerd en deels bewerkt door de onderzoekers, waarbij de communicatiespecialisten van de drinkwaterbedrijven een zeer belangrijke rol hebben gespeeld.¹⁰ Een tweetal teksten is besproken in alle vijf de focusgroepen, de andere teksten in één of een beperkt aantal focusgroepen, zie onderstaande tabel.

Titel	Best-fit	Besproken met
Stoffen in drinkwater	n.v.t.	Allen
RIVM: concentraties GenX in drinkwater blijven onder richtwaarde	Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik)-perspectief, hoogopgeleid	Allen
Drinkwater is veilig en betrouwbaar	Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik)-perspectief, laagopgeleid	Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik)-perspectief, laag- en hoogopgeleid
Verontreiniging na lek in waterleiding nog niet verdwenen, kookadvies verlengd	Nuchter & vol vertrouwen (jullie)-perspectief, hoogopgeleid	Nuchter & vol vertrouwen (jullie)-perspectief
Lek in waterleiding: kookadvies verlengd tot en met zondagmorgen	Nuchter & vol vertrouwen (jullie)-perspectief, laagopgeleid	Nuchter & vol vertrouwen (jullie)-perspectief
Drinkwater-kwaliteit in Nederland	Bewust & betrokken (wij) + egalitair & solidair (zij)-perspectief, hoogopgeleid	Bewust & betrokken (wij) + egalitair & solidair (zij)-perspectief
Hoe goed is Nederlands drinkwater?	Bewust & betrokken (wij) + egalitair & solidair (zij)-perspectief, laagopgeleid	Bewust & betrokken (wij) + egalitair & solidair (zij)-perspectief
Vitens bezorgd over kwaliteit drinkwater	n.v.t.	Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik)-perspectief, laag- en hoogopgeleid + Nuchter & vol vertrouwen (jullie)-perspectief

¹⁰ Tijdens een speciaal georganiseerde workshop hebben 20+ communicatiespecialisten, drinkwaterprofessionals en onderzoekers voor klanten van ieder perspectief een tekst geselecteerd die volgens hen het beste zou aansluiten bij deze groep. Deze teksten zijn gekozen uit een set teksten die de deelnemers vooraf waren gevraagd aan te leveren, inclusief één representatieve tekst en één afwijkende/opvallende tekst. Tijdens de workshop zijn voor alle geselecteerde teksten suggesties gedaan hoe deze nog beter zouden kunnen worden voor de betreffende doelgroep. Voordat de teksten in focusgroepen zijn gebruikt zijn deze verwerkt (zie 'bewerking' in de tabel).

De tekst 'Stoffen in drinkwater' (blad 2, bijlage II) is voorgelegd aan alle deelnemers van de focusgroepen, en wel voordat het daadwerkelijk groepsgesprek werd gestart (direct na het beantwoorden van de schriftelijke vragen, blad 1). Ook over deze tekst hebben de deelnemers een aantal schriftelijke vragen beantwoord (blad 3, bijlage II). Zonder dat de deelnemers dit aanvankelijk wisten is gewerkt met twee versies van de tekst op blad 2, waarbij aan versie II een tweetal regels waren toegevoegd waarin expliciet op de gezondheid werd ingegaan ("Het hangt van de concentratie af of een stof effecten kan hebben op de gezondheid. De kans dat u ziek wordt van stoffen in drinkwater is uiterst klein"). Het toevoegen van deze twee regels is gebeurd op basis van het perceptie onderzoek 'rook bij branden' van de GGD Groningen, VUMC en EMGO, waaruit blijkt dat bij een brand met chemische stoffen een bericht meer vertrouwd lijkt te worden en tot minder ongerustheid leidt als expliciet benoemd wordt dat in rook schadelijke stoffen zitten en dat de kans op een ernstige ziekte uiterst klein is (vergelijkbaar met het inademen van de rook van enkele sigaretten). Pas na het invullen van de schriftelijke vragen over deze tekst is plenair over deze tekst gesproken. Halverwege die discussie is door de onderzoekers aangegeven dat er twee versies van de tekst in omloop waren, en is gevraagd welke deelnemers voor welke reden de voorkeur hadden voor welke versie.

Tekst Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) – hoogopgeleid

RIVM: concentraties GenX in drinkwater blijven onder richtwaarde

De concentratie GenX in drinkwater overschrijdt de richtwaarde ook in de toekomst niet. Dat blijkt uit een risicoschatting van het RIVM op basis van berekeningen van het waterbedrijf. Een richtwaarde geeft aan hoeveel een mens van de stof mag binnenkrijgen zonder daar gezondheidsschade aan over te houden. Het RIVM heeft deze richtwaarde in 2016 berekend.

Op dit moment zijn de concentraties van de stof FRD-903 –een stof die wordt gebruikt bij GenX-technologie– in drinkwater ruim onder de richtwaarde. Dat betekent dat het overal veilig is om het drinkwater te drinken.

Veiligheidsmarge

Het RIVM constateert dat de berekende concentraties FRD-903 in het drinkwater op langere termijn net onder de richtwaarde blijven als uitgegaan wordt van de nu toegestane lozing. Bij hogere lozing zou er sprake zijn van overschrijding van de richtwaarde. Dat pleit voor goede monitoring van het oppervlaktewater en om te zorgen dat de concentratie FRD-903 ook in de toekomst onder de richtwaarde blijft. [Het RIVM](#) beveelt dan ook aan om de emissie van GenX naar oppervlaktewater verder te verlagen. Het waterbedrijf ondersteunt deze aanbeveling. Bekijk [hieronder](#) het rapport van het waterbedrijf. Lees meer over [stoffen in drinkwater](#).

FRD-903

FRD-903 is een stof die wordt gebruikt bij GenX-technologie. Sinds 2012 gebruikt fabrikant Chemours in Dordrecht de GenX-technologie als vervanging van PFOA. Conform de huidige lozingsvergunning van april 2017 mag de chemiefabriek DuPont/Chemours jaarlijks maximaal 2035 kilogram FRD-903 lozen op de rioolwaterzuivering, waarna het in de rivier terecht komt.

DuPont/Chemours

De chemiefabriek DuPont/Chemours is voor de productie van stoffen in 2012 overgegaan op de zogenoemde GenX-technologie. Bij toepassing van deze

technologie vormt zich de stof FRD-903. De fabriek heeft sinds 2013 een vergunning om maximaal 6400 kg per jaar te lozen op de rioolwaterzuivering van Dordrecht. In de aangepaste vergunning van april 2017 is de toegestane lozing verlaagd tot 2035 kg per jaar. Tot het jaar 2012 gebruikte de chemiefabriek perfluorooctaan zuur (PFOA).

[link stoffen in drinkwater]

Stoffen in drinkwater

Drinkwater bevat allerlei mineralen, zouten, stoffen en bacteriën. In de Drinkwaterwet en het Drinkwaterbesluit staan alle waterkwaliteitseisen voor veilig drinkwater. Zoals welke stoffen juist in drinkwater moeten voorkomen, en welke juist niet of beneden een maximale norm of richtwaarde.

De bron

Als waterbedrijf maken wij drinkwater van grond- en rivierwater: drinkwater is een natuurproduct. In de lucht, het water en de bodem en dus ook in de bronnen voor drinkwater, komen stoffen terecht afkomstig uit afvalstromen van consument en industrie. Denk bijvoorbeeld ook aan medicijngebruik en bestrijdingsmiddelen. Veel zuiveren wij eruit met onze drinkwaterzuiveringstechnieken, zodat het voldoet aan alle strenge eisen die in Nederland voor kraanwater gelden.

Van sommige stoffen treffen wij wel sporen aan in drinkwater. Het gaat om minieme hoeveelheden: de aangetroffen concentraties zijn ver onder de normen en richtwaarden die zijn vastgelegd in de wet. Dit betekent dat het veilig is om te drinken, door jong en oud. Dankzij nieuwe technieken kunnen wij dit ook steeds beter meten en weten en kunnen we steeds meer. We doen continu onderzoek naar de waterkwaliteit.

Vijf stofgroepen

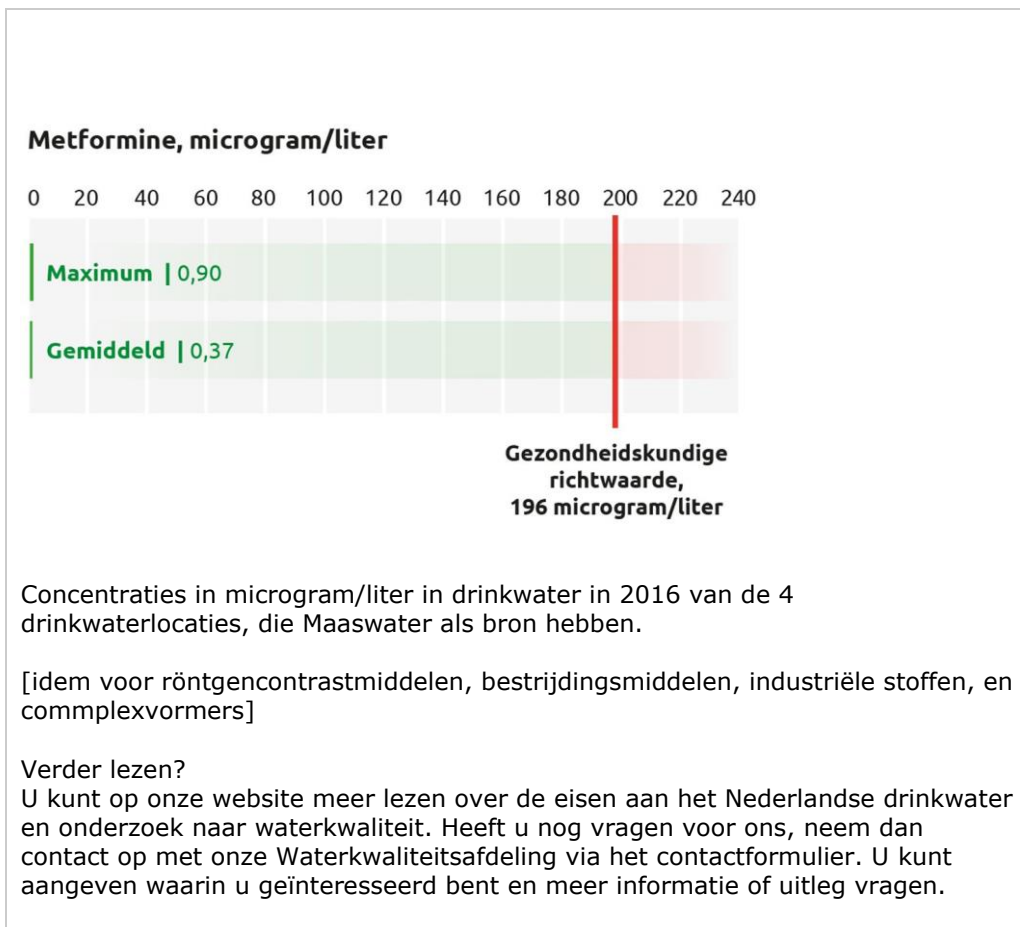
Op deze pagina leest u meer over vijf soorten stofgroepen. Per stofgroep staan er voorbeelden, die in zeer lage concentraties in ons drinkwater kunnen voorkomen. In de grafieken is de maximale en gemiddelde concentratie in microgram per liter ($\mu\text{g/l}$) van verschillende stoffen in drinkwater weergegeven ten opzichte van de richtwaarden voor de gezondheid.

Geneesmiddelen

In het rivierwater dat de bron is voor drinkwater bevinden zich ook geneesmiddelen en afbraakproducten daarvan. Van medicijnen tegen hart- en vaatziekten en suikerziekte tot cholesterolverlagers en de anticonceptiepil. Deze stoffen komen met name via de urine en ontlasting in het huishoudelijk afvalwater terecht, of doordat mensen oude medicijnen doorspoelen via het toilet. De rioolwaterzuiveringsinstallaties verwijderen een deel van deze stoffen. De rest komt uiteindelijk in de rivieren terecht. Ook resten van diergeneesmiddelen komen via mest op het land en vervolgens in grond- en oppervlaktewater terecht. Veel medicijnresten zuivert het waterbedrijf eruit.

Het effect dat geneesmiddelen hebben, is afhankelijk van de dosis. De concentraties van geneesmiddelen die wij aantreffen in het drinkwater zijn zeer laag. De effectieve dagelijkse dosis die men slikt is vele malen hoger (100.000 tot meer dan een miljoen).

Een voorbeeld: wij treffen soms sporen van Metformine aan in drinkwater, een medicijn voor diabetes. Iemand met diabetes neemt 390 milligram tot 4.000 milligram per dag tot zich. De gezondheidskundige richtwaarde van Metformine is in de wet vastgelegd op 196 microgram/liter, dit betekent dat er per liter drinkwater niet meer dan 196 microgram mag voorkomen. Bij het bepalen van deze richtwaarde is een veiligheidsfactor van 100 ingebouwd. In drinkwater treffen wij maximaal 0,9 microgram aan per liter.



Tekst Egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) - laagopgeleid

Drinkwater is veilig en betrouwbaar

Er is veel aandacht in de media over de stof Genx en de fabriek van Chemours. Deze lozing heeft op dit moment geen invloed op de kwaliteit van ons drinkwater. Het drinkwater is veilig en betrouwbaar te drinken.

We vinden nergens de stof Genx boven de veilig geachte en zeer strenge norm, dus vanuit het perspectief van Volksgezondheid is er geen risico met het

kraanwater.



Het waterbedrijf vindt wel dat de lozing van Chemours moet stoppen, omdat stoffen zoals GenX niet thuishoren in drinkwater. Daarom ondersteunen we het plan van de overheid om de vergunning van Chemours af te bouwen.

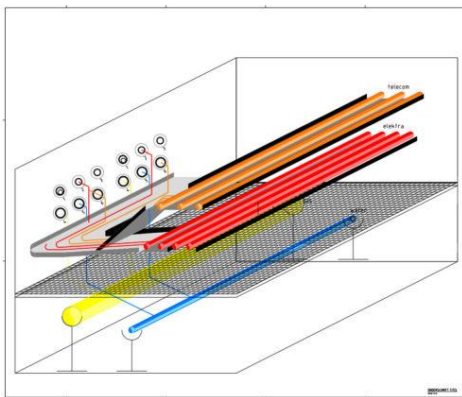
Tekst Nuchter & vol vertrouwen (jullie) - hoogopgeleid

Verontreiniging na lek in waterleiding nog niet verdwenen, kookadvies verlengd

250 huishoudens aan de Regattaweg en Timpweg moeten in ieder geval tot en met zondagmorgen hun water blijven koken. Dat laat het waterbedrijf weten. De kwaliteit van het drinkwater is onvoldoende, door een eerder lek in de leiding. "De waterkwaliteit is verbeterd, maar ze voldoet nog niet", zegt een woordvoerder van het waterbedrijf. De leiding wordt nog een extra keer doorgespoeld. Daarna wordt opnieuw de kwaliteit van het drinkwater gemeten. Het advies om kraanwater minimaal drie minuten te koken voordat het wordt gedronken, blijft van kracht. Douchen kan wel veilig.

Leiding geraakt door graafwerkzaamheden

De storing is vrijdagochtend ontstaan nadat tijdens werkzaamheden aan de riolering een waterleiding is geraakt. Daardoor stroomde er bij sommige huishoudens en bedrijven troebel water uit de kraan. Ondergronds lopen veel leidingen en kabels voor onder meer drinkwater, elektriciteit, gas, telefonie en internet. Beheerders voeren hier regelmatig onderhoud en controles op uit. Om toegang tot de leidingen en kabels te krijgen, wordt de grond open gegraven. Bij deze werkzaamheden is er altijd een kleine kans op schade. Vanzelfsprekend streven alle leiding- en kabelbeheerders naar het tegengaan hiervan. Daarom werken we ook nauw samen met andere netbeheerders.



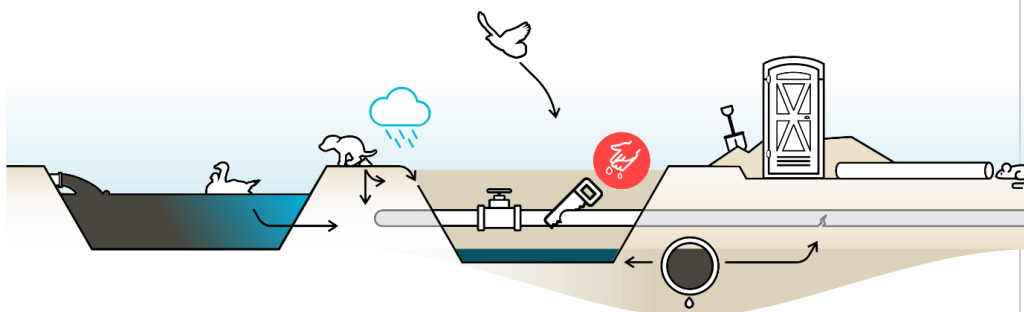
Ondergronds netwerk van leidingen en kabels

Wat doet het waterbedrijf bij een lekkage?

Monteurs zijn dagelijks bezig met het onderhoud en beheer van het ruim 14.000 kilometer ondergrondse drinkwaterleidingnet. Een team medewerkers is 24 uur per dag beschikbaar om lekkages veilig te stellen of direct te repareren. De eerste zorg is het sluiten van de leiding, zodat de watertoevoer stopt en we de wateroverlast beperken. Daarna stellen we de omgeving veilig en repareren we de leiding om deze vervolgens weer in bedrijf te nemen, zodat iedereen weer over drinkwater beschikt. Als er sprake is van een verontreiniging, spoelen we de leidingen om de verontreiniging te verwijderen.

Wat merkt u van een lekkage?

Bij schade door werkzaamheden kan vuil met schadelijke bacteriën in de drinkwaterleidingen komen. Deze bacteriën komen normaal niet in het water voor. We zeggen dan dat het water bacteriologisch besmet is, of dat er een verontreiniging met bacteriën van de coligroep is.



Besmettingsroutes bacteriële verontreinigingen

Dit wil dan niet direct zeggen dat er schadelijke bacteriën in het water zitten. We kunnen het dan niet uitsluiten. In zo'n geval wordt aan de klant een kookadvies gegeven via o.a. een kaartje. Voor het consumeren van water wordt geadviseerd het water eerst drie minuten te koken. Bijvoorbeeld in een pan. Door het koken worden eventueel aanwezige schadelijke bacteriën gedood. Voor overig gebruik van het drinkwater, zoals het wassen van groente, vaatwerk en kleding is vooraf koken niet nodig.

Wanneer wordt het kookadvies opgeheven?

Afhankelijk van de situatie geldt een kookadvies doorgaans drie tot vier dagen. Wanneer uit onderzoek blijkt dat er geen verontreiniging meer is en het water weer helemaal betrouwbaar is, dan krijgen onze klanten bericht dat ze het water weer, zonder het vooraf te koken, kunnen drinken. Hoewel het lek in dit geval snel was gedicht, is de kwaliteit van het water dus nog steeds onder de maat. Wanneer het water weer drinkbaar is, ontvangen alle bewoners een groene kaart in de brievenbus.

Tekst: nuchter & vol vertrouwen (jullie) - laagopgeleid

Lek in waterleiding: kookadvies verlengd tot en met zondagmorgen



250 huishoudens aan de Regattaweg en Timpweg moeten in ieder geval tot en met zondagmorgen hun water blijven koken. Dat laat het waterbedrijf weten. De kwaliteit van het drinkwater is onvoldoende, door een eerder lek in de leiding.

“De waterkwaliteit is verbeterd, maar ze voldoet nog niet”, zegt een woordvoerder van het waterbedrijf. De leiding wordt nog een extra keer doorgespoeld. Daarna wordt opnieuw de kwaliteit van het drinkwater gemeten.

Drie minuten lang

Het advies om kraanwater minimaal drie minuten te koken voordat het wordt gedronken, blijft van kracht. Douchen kan wel veilig.

Het lek ontstond vrijdag tijdens werkzaamheden aan de riolering. Daardoor stroomde er bij sommige huishoudens en bedrijven troebel water uit de kraan. Hoewel het lek snel was gedicht, is de kwaliteit van het water dus nog steeds onder de maat.

Wanneer het water weer drinkbaar is, ontvangen alle bewoners een groene kaart in de brievenbus.

Tekst Bewust & betrokken (wij) + egalitair & solidair (zij) - hoogopgeleid

Drinkwaterkwaliteit in Nederland

Wat is eigenlijk een goede drinkwaterkwaliteit? En wie bepaalt dat? In Nederland zijn alle kwaliteitseisen voor kraanwater vastgelegd in de Drinkwaterwet en het Drinkwaterbesluit.

In weinig landen zijn de normen en de controles zo streng als in Nederland. Alle tien drinkwaterbedrijven hebben daarnaast vaak zelf nog striktere drempelwaarden om er zeker van te zijn dat ze ruim binnen die wettelijke vereisten blijven. Kraanwater is daarmee strenger gecontroleerd dan voedingsmiddelen in Nederland. Het moet aan honderden eisen voldoen, vele malen meer dan bijvoorbeeld flessenwater.

Het beste kraanwater ter wereld?

Zorgen die strenge regels dat Nederland het ‘beste kraanwater ter wereld’ heeft? Uit een vergelijkend onderzoek in het toonaangevend wetenschappelijke tijdschrift Science blijkt in elk geval dat de drinkwaterkwaliteit in Nederland veel beter is dan in Groot-Brittannië en de Verenigde Staten. Volgens de onderzoekers komt dat vooral omdat we in vergelijking met die twee landen ons distributienetwerk (de drinkwaterleidingen) veel beter hebben onderhouden.

Geen vervuiling in leidingen

Die leidingen vertonen amper lekkages, waardoor er maar weinig water weglekt. Nog belangrijker is dat schadelijke stoffen en ziekteverwekkende bacteriën en virussen niet de kans krijgen om via die lekkages in het gezuiverde drinkwater te komen. En omdat alle bacteriën en virussen waar nodig al bij de waterzuivering onschadelijk worden gemaakt met bijvoorbeeld UV-licht of ozon, is het niet nodig om een desinfecterend middel als chloor toe te voegen.

Chloor in drinkwater

“En daarmee zijn we in Nederland internationaal gezien echt een uitzondering”, vertelt de coördinator drinkwater bij het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM). “Er zijn twee waterbedrijven die uit voorzorg een minieme hoeveelheid chloordioxide toevoegen aan het drinkwater. Maar dat is zo weinig, dat het niet meetbaar is als het uit de kraan komt. Dat staat totaal niet in verhouding met de hoeveelheid chloor die je vaak in het buitenland tegenkomt.” In Spanje en Frankrijk ruik je dat vaak meteen. En dat is niet alleen ongunstig voor de smaak. In die hoge concentraties kan chloor allerlei reacties aangaan waardoor juist schadelijke stoffen in het water ontstaan. Dat komt de drinkwaterkwaliteit niet ten goede.

Nederland: ‘Goed voor elkaar’

“In Nederland speelt dit totaal niet. Ik doe dit werk al ruim dertig jaar en ik moet zeggen dat wij het echt goed voor elkaar hebben in Nederland. Bij ons zijn tien uiterst professionele waterbedrijven die goed met elkaar samenwerken om te zorgen voor drinkwater van een hoge kwaliteit. In Duitsland zijn bijvoorbeeld heel veel kleine drinkwaterbedrijven. De kennis is versnipperd. Wij hebben een echte overlegcultuur. En de natuur helpt ook een handje mee. We hebben geen bergketens of granietlagen in de grond, die het ingewikkeld maken om een goede infrastructuur op te bouwen.”

Normen en richtwaarden

In Nederland worden ook geen chemicaliën als fluoride toegevoegd aan het water. Voor andere mogelijk schadelijke stoffen zijn strenge normen en richtwaarden opgesteld, waar elk waterbedrijf zich aan moet houden. Die waarden zijn vastgelegd in de Europese Drinkwaterrichtlijnen en nationale wetgeving als het Drinkwaterbesluit. Voor ‘nieuwe stoffen’, zoals GenX zijn geen Europese waarden vastgesteld. In dat geval stelt het RIVM die waarden vast in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat en houdt daarbij rekening met de meest kwetsbare consumenten, zoals zwangere vrouwen, pasgeboren baby’s en ouderen. Bij onzekerheid over het mogelijke effect op de gezondheid, worden extra veiligheidsmarges in de norm of richtwaarde ingebouwd.

Bronnen voor drinkwater

De grootste bron van drinkwater in Nederland is grondwater (ruim 60%). In het westen van Nederland bevat het grondwater teveel zout, daarom wordt hier oppervlaktewater (uit de Rijn, Maas en het IJsselmeer) gebruikt. Vlakbij de duingebieden in Noord- en Zuid-Holland wordt drinkwater gemaakt door oppervlaktewater te infiltreren in de duinen, waardoor het water wordt voorgezuiverd. Er is ook een tussenvorm: oeverfiltraat, oppervlaktewater dat via de oevers van rivieren de grond is ingetrokken.

Waarom grondwater?

Waarom wordt drinkwater vooral van grondwater gemaakt? Het water uit de grond zit er vaak al heel lang, soms wel een paar eeuwen. Het is regenwater dat er heel lang over doet om op die plek te komen en al grotendeels is gezuiverd door klei- en zandlagen. Bovendien zit er geen zuurstof meer in, waardoor er geen bacteriën en virussen in zitten. Het is daardoor redelijk eenvoudig om er schoon drinkwater van hoge kwaliteit van te maken.

Oppervlaktewater: continu controle

Bij oppervlaktewater, zoals de Maas, is dat proces wat ingewikkelder. De Maas is een regenrivier, waarbij de waterkwaliteit bij een hoge waterstand vaak beter is omdat de concentraties aan mogelijk schadelijke stoffen dan lager is. De waterkwaliteit wordt continu gemeten en alleen water van goede kwaliteit wordt ingenomen. Oppervlaktewater doorloopt een uitgebreide cyclus aan zuiveringsstappen. Dat begint al in de spaarbekkens, waar grotere deeltjes naar de bodem zakken en bijvoorbeeld waterplanten en waterdieren al zorgen voor een natuurlijke zuivering van het water. Bij de drinkwaterzuivering gaat het water door verschillende filters, die steeds kleinere deeltjes uit het water kunnen halen. Alle bacteriën en virussen worden ten slotte met speciaal UV-licht onschadelijk gemaakt en actief kool tot slot verwijdert geur-, kleur- en smaakstoffen.

Tekst Bewust & betrokken (wij) + egalitair & solidair (zij) - laagopgeleid**Hoe goed is Nederlands drinkwater?**

Wat is eigenlijk goed drinkwater? En wie bepaalt dat? In Nederland staat dit vastgelegd in de Drinkwaterwet. In weinig landen zijn de regels voor drinkwater en de controles zo streng als in Nederland. Daarnaast hebben de tien Nederlandse waterbedrijven zelf nog strengere regels opgesteld om er zeker van te zijn dat ze altijd binnen de wet blijven. Er zijn honderden regels voor kraanwater. Het wordt dus beter gecontroleerd dan voedingsmiddelen en flessenwater.

Het beste kraanwater ter wereld?

Zorgen die strenge regels dat Nederland het 'beste kraanwater ter wereld' heeft? Uit een belangrijk onderzoek blijkt dat de drinkwaterkwaliteit in Nederland veel beter is dan in Groot-Brittannië en de Verenigde Staten. Volgens de onderzoekers komt dat vooral omdat we onze drinkwaterleidingen veel beter hebben onderhouden. Die leidingen vertonen amper lekkages, waardoor er maar weinig water weglekt en er geen vervuiling in het water kan komen.

Geen chloor

Ook gebruiken we in Nederland bijna geen chloor om het water te zuiveren. In het buitenland kom je juist heel vaak chloor tegen in het drinkwater. In Spanje en Frankrijk ruik je dat vaak meteen. Dat is niet goed voor de smaak en kan ook zorgen voor schadelijke stoffen in het water. In Nederland wordt ook geen fluoride toegevoegd aan het water. Voor andere mogelijk schadelijke stoffen zijn strenge regels opgesteld, waar elk waterbedrijf zich aan moet houden. Daarbij wordt rekening gehouden met zwangere vrouwen, pasgeboren baby's en ouderen.

Vooraf grondwater

Het meeste drinkwater in Nederland wordt gemaakt van grondwater (ruim 60%). Waarom wordt drinkwater vooral van grondwater gemaakt? Het water uit de grond zit er vaak al heel lang, soms wel een paar eeuwen. Het is regenwater dat er heel lang over doet om op die plek te komen en al grotendeels is gezuiverd door klei- en zandlagen. Het is daardoor redelijk eenvoudig om er schoon drinkwater van hoge kwaliteit van te maken.

Oppervlaktewater: continu controle

Bij oppervlaktewater, zoals de Maas, is dat proces wat ingewikkelder. Als het lang niet regent, zit er minder water in de Maas en dan is de kwaliteit van het water minder goed. De waterkwaliteit wordt continu gemeten en alleen water van goede kwaliteit wordt gebruikt voor drinkwater. Het wordt dan eerst gezuiverd met onder andere filters en UV-licht.

Bonustekst**Vitens bezorgd over kwaliteit drinkwater**

LEEWARDEN - Drinkwaterbedrijf Vitens maakt zich grote zorgen over de toenemende vervuiling van grondwater als gevolg van mest. Vooral de waterwingebieden op de hoge zandgronden zijn kwetsbaar.

Dat schrijft Vitens aan staatssecretaris Henk Bleker (Landbouw).

Het drinkwaterbedrijf moet al winputten verplaatsen, dieper grondwater winnen en waterzuiveringen uitbreiden. In Nederland wordt 60 procent van het kraanwater gewonnen uit grondwater.

Het mestbeleid van het kabinet zorgt volgens Vitens (5,4 miljoen aansluitingen) voor een verdere toename van de vervuiling en daardoor zullen de zuiveringskosten toenemen.

Verzuring

De toename van de waterhardheid, verzuring en verhoogde sulfaat- en zware metalengehalten leiden tot meer kosten.

De maatregelen om dat tegen te gaan kosten nu al 15 miljoen euro extra. "De kosten worden natuurlijk doorberekend aan de klant. Die is uiteindelijk de dupe", aldus een woordvoerder.

Kwetsbare gebieden

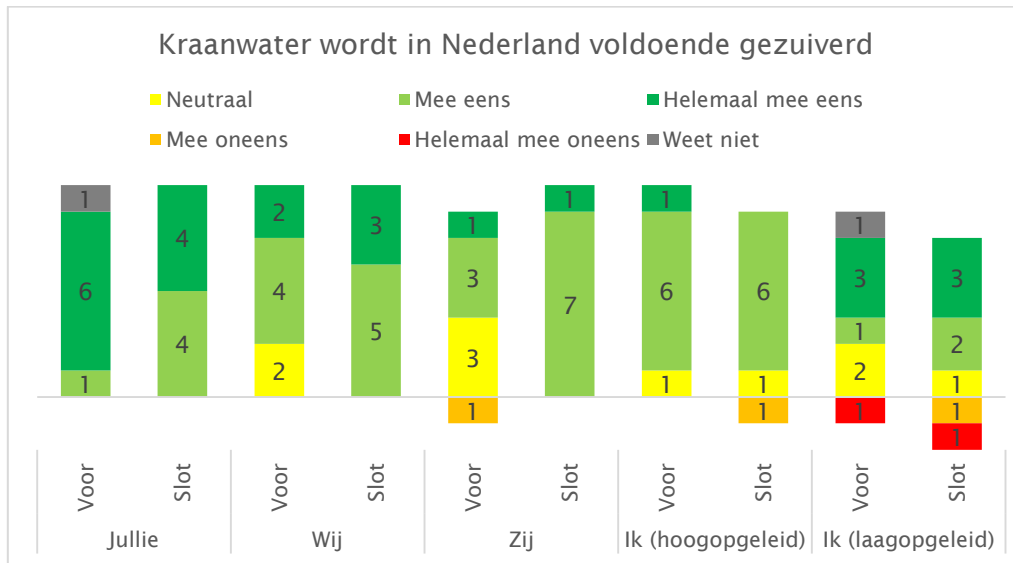
Vitens wint in vijf provincies op zo'n 100 plekken grondwater. De meest kwetsbare gebieden liggen in de Achterhoek en Twente, vanwege een combinatie van zandgronden en landbouwactiviteiten.

Volgens het drinkwaterbedrijf worden de mestnormen over een veel te groot gebied berekend. "Daardoor worden lokale overschrijdingen 'weggemiddeld'", aldus Vitens.

Ook is het nieuwe mestbeleid te veel gericht op de landbouw. "Er ontbreekt een goede vertaling wat het betekent voor de kwaliteit van het grondwater."

Bijlage IV Kwalitatieve analyse focusgroepen

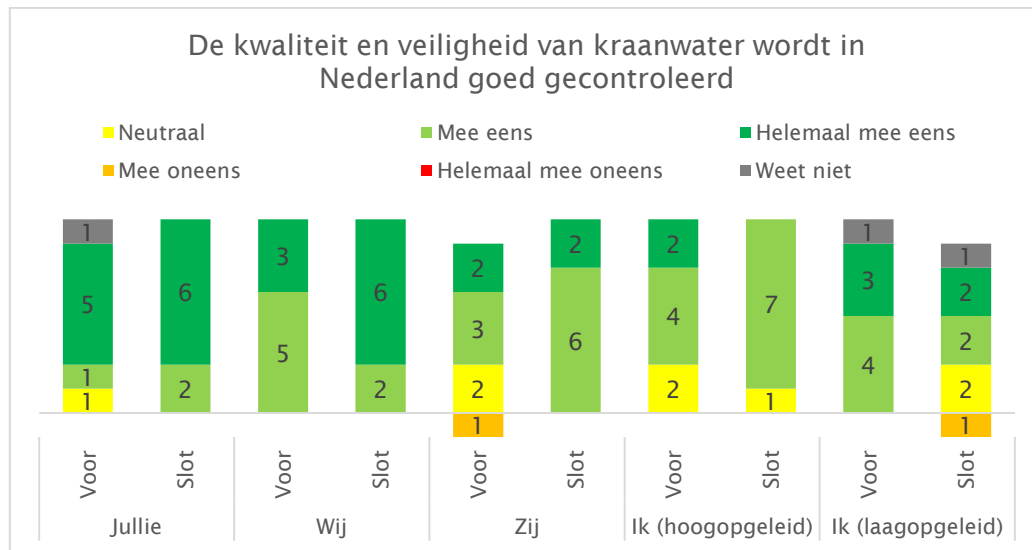
Zuivering



Figuur 8-1: Perceptie zuivering per klantgroep, voor en na afloop (slot) van de focusgroepen.

Uit bovenstaand figuur blijkt dat antwoorden op de stelling 'kraanwater wordt in Nederland voldoende gezuiverd' over het algemeen positiever zijn geworden na het lezen over en bespreken van de informatie over stoffen in kraanwater. Het grootste verschil in mening voor en na de focusgroep is te zien bij het egalitair & solidair (zij) perspectief. Deze groep is blijkbaar over deze stelling gerustgesteld tijdens de focusgroep. Enkel bij de klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief (zowel hoog- als laagopgeleid) zijn er aan het einde van de focusgroep nog altijd respondenten die het van mening zijn dat de zuivering onvoldoende is.

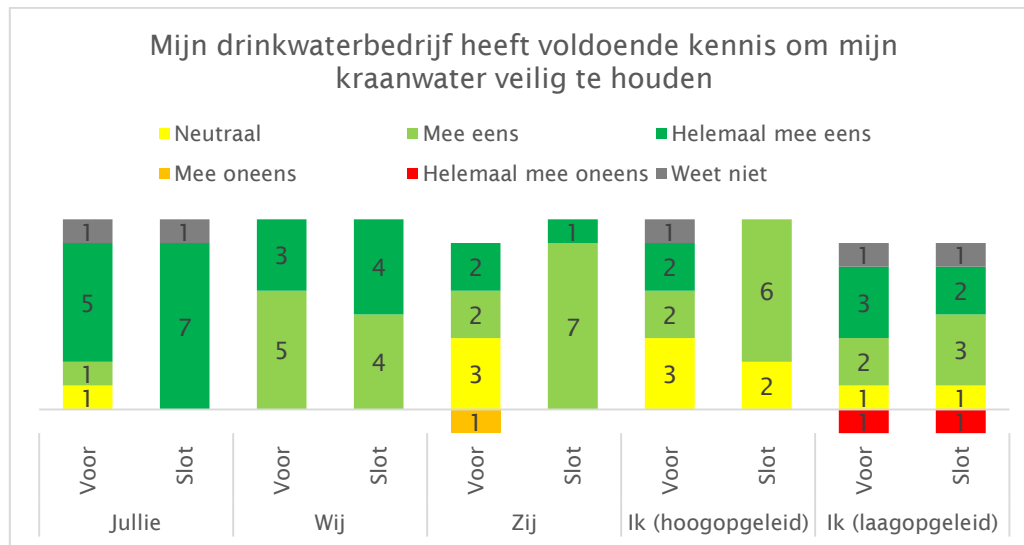
Controle



Figuur 8-2: Perceptie controle per klantgroep, voor en na afloop (slot) van de focusgroepen.

Vergelijkbaar met de antwoorden betreffende zuivering blijkt dat na afloop van de focusgroepen klanten ook positiever zijn over de mate van controle. De meeste respondenten geloven na het lezen van de verschillende teksten en de discussies dus dat er goed gecontroleerd wordt in Nederland. Slechts bij de groep laagopgeleide klanten met het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief is een duidelijke afname te zien. Verder valt op dat vooral de klanten met de perspectieven nuchter & vol vertrouwen (jullie) en bewust & betrokken (wij) veel vertrouwen tonen in de controle (beide 6 respondenten die na de focusgroep het helemaal eens zijn met de stelling).

Kennis

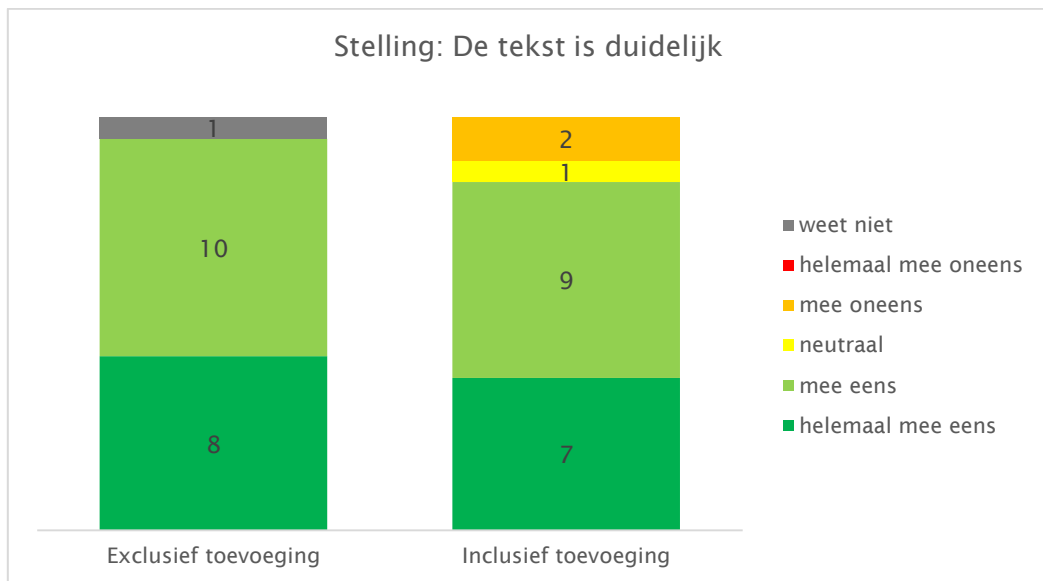


Figuur 8-3: Perceptie kennis per klantgroep, voor en na afloop (slot) van de focusgroepen.

Tot slot blijkt uit bovenstaande figuur dat ook het aantal klanten dat het idee heeft dat er voldoende kennis is om kraanwater veilig te houden is toegenomen gedurende de focusgroep. Wederom is het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief het meest uitgesproken positief (7 respondenten helemaal mee eens). Maar ook bij het bewust & betrokken (wij) en egalitair & solidair (zij) perspectief zijn alle respondenten het eens met de stelling na de focusgroep. De egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief en zijn iets minder, maar toch nog steeds overwegend positief. Wel is het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief (laagopgeleid) wederom het enige perspectief waar er na de focusgroep een respondent is die het oneens is met de stelling.

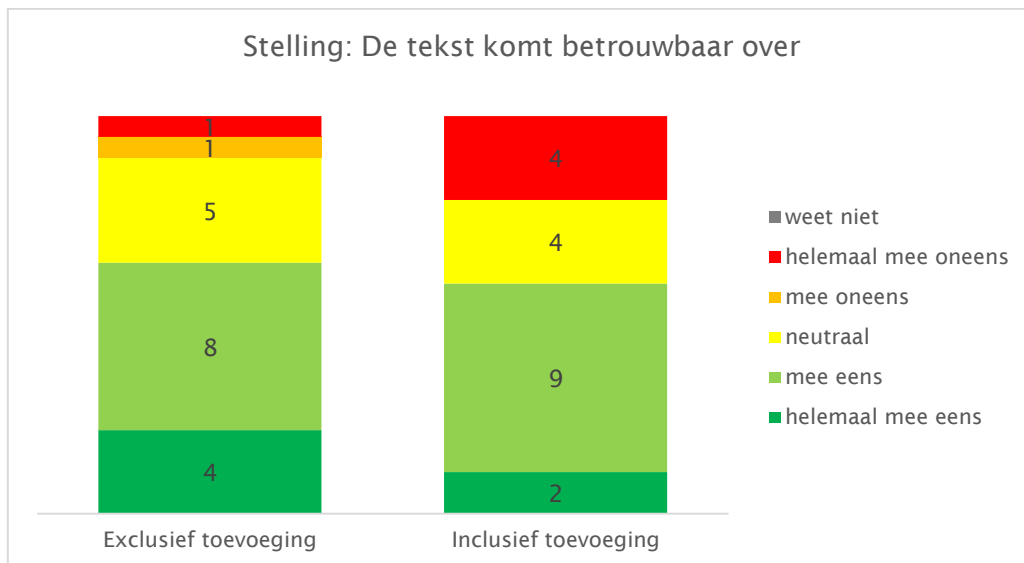
Toevoeging tekst

Zoals besproken hebben alle respondenten de tekst 'stoffen in drinkwater' gelezen (zie Bijlage II, blad 2). Bij de helft van de respondenten bevatte deze tekst de toevoeging *Het hangt van de concentratie af of een stof effecten kan hebben op de gezondheid. De kans dat u ziek wordt van stoffen in drinkwater is uiterst klein.* Uit Figuur 8-4 blijkt dat de respondenten die de tekst zonder toevoeging gelezen hebben, de tekst duidelijker vinden dan de respondenten waarbij deze wel was toegevoegd. Waar alle respondenten het eens zijn met de stelling 'de tekst is duidelijk' voor de tekst zonder toevoeging, zijn twee respondenten het oneens voor de tekst met toevoeging.



Figuur 8-4 Perceptie over de duidelijkheid van de tekst 'stoffen in drinkwater', in- en exclusief toevoeging over gezondheid (N=38).

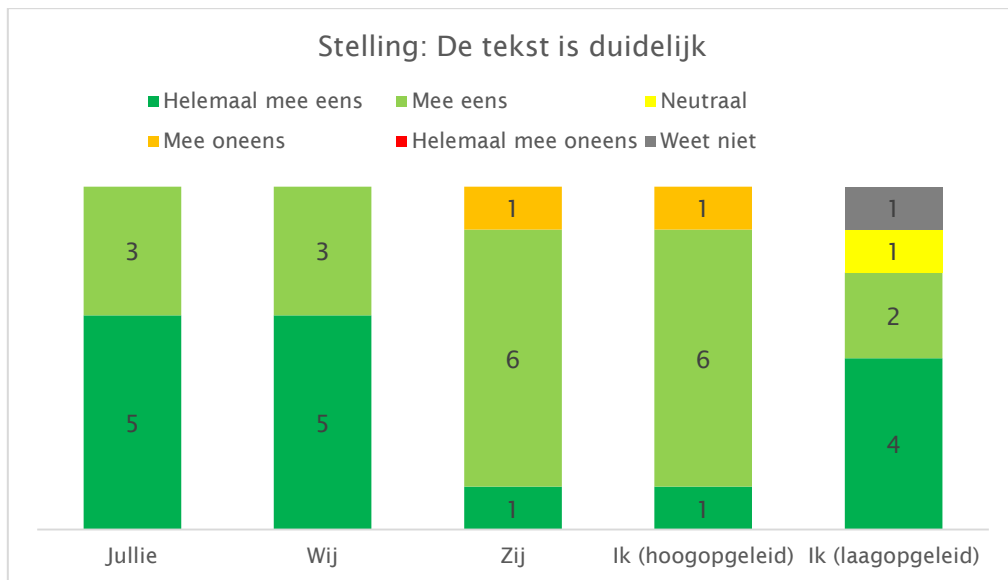
Naast dat de tekst als minder duidelijk wordt ervaren inclusief de toevoeging, wordt hij ook als minder betrouwbaar beoordeeld. In Figuur 8-5 is te zien dat vier respondenten die de tekst inclusief toevoeging hebben gelezen, het helemaal oneens zijn met de stelling dat de tekst betrouwbaar is, waar dit slechts één respondent is voor de tekst zonder toevoeging. Ook is zichtbaar dat de groep die het helemaal eens is met de stelling kleiner is bij de tekst inclusief toevoeging.



Figuur 8-5 Perceptie over de betrouwbaarheid van de tekst 'stoffen in drinkwater', in- en exclusief toevoeging over gezondheid (N=38).

Naast dat er is gekeken naar het verschil tussen respondenten die de tekst ontvingen met en zonder toevoeging, zijn er ook enkele vragen over de tekst uitgesplitst per perspectief .

Duidelijk

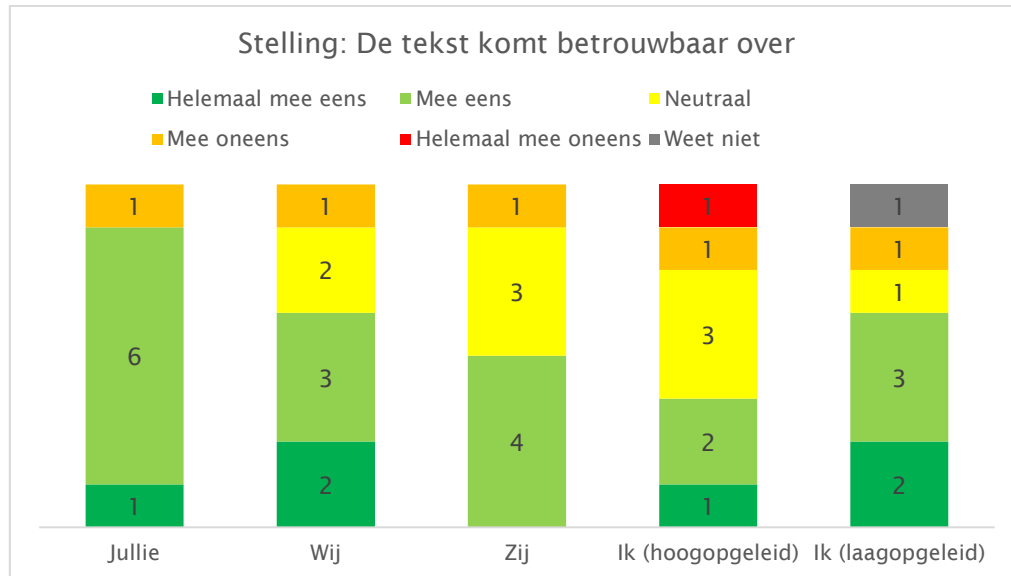


Figuur 8-6 Perceptie over de duidelijkheid van de tekst 'stoffen in drinkwater' per klantperspectief .

Uit een vergelijking van de antwoorden van de verschillende klantperspectieven op de stelling blijkt dat alle klantperspectieven de tekst over het algemeen duidelijk vonden. Slechts bij het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) en het egalitair & solidair (zij) perspectief is er één respondent die de tekst niet duidelijk vond. Bij deze twee perspectieven valt het ook op dat er minder respondenten zijn die het helemaal eens

zijn met de stelling. Toch zijn veruit de meeste respondenten (6) het eens met de stelling (zie Figuur 8-6).

Betrouwbaar



Figuur 8-7 Perceptie betrouwbaarheid van de tekst 'stoffen in drinkwater' per klantperspectief

Ook bij deze stelling springt het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief er uit: Zeven van de acht respondenten is het eens met de stelling en vindt de tekst betrouwbaar overkomen. Ook bij het bewust & betrokken (wij) en ik(l)-perspectief geven meer dan de helft van de respondenten aan de tekst betrouwbaar te vinden.

Over het algemeen kan er geconcludeerd worden dat de verschillende klantperspectieven de tekst over het algemeen vrij betrouwbaar vinden. Slechts bij het Ik (h) perspectief is minder dan de helft van de respondenten het eens met de stelling. Ook is er enkel in dit perspectief een respondent die het helemaal niet eens is met de stelling (zie Figuur 8-7).

Rapportcijfer

De respondenten uit de verschillende klantgroepen geven de tekst allemaal een vrij hoog rapportcijfer (laagste een 7,1, hoogste een 8,3). Klanten met het nuchter & vol vertrouwen (jullie) perspectief geven het hoogste cijfer en het egocentrisch & kwaliteitsgericht (ik) perspectief (hoogopgeleid) het laagste (zie Figuur 8-8).



Figuur 8-8 Rapportcijfer tekst 'stoffen in drinkwater' per klantperspectief