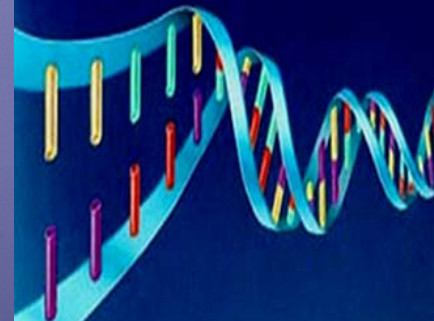


**Moet u eigenlijk wel rekening houden met
consumenten?**

Kwaliteitsborging in de ketengestuurde productie. Sectorbijeenkomst GMP 24 mei 2005

Waar en hoe kunt u rekening houden met consumenten bij incidenten?

TNO Nutrition and
Food Research



Moet u rekening houden met consumenten?

Ja!

- **Financiële gevolgen**
 - Verkopen dalen bij incidenten: Risicoperceptie is een belangrijk bepalend element voor aankoopgedrag
- **Reputatie schade**
 - Uw imago kan een flinke deuk oplopen en vertrouwen is moeilijk terug te winnen

Waar kunt u rekening mee houden?

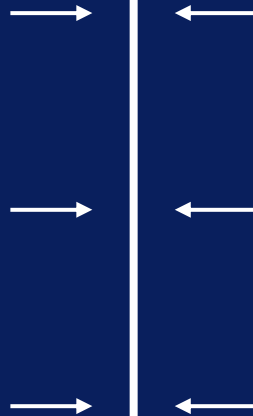
- **Risicoperceptie**
- **Vertrouwen**
- **Verschillende typen consumenten**

Risicoperceptie

Experts versus consumenten

'Expert beoordeling van risico's

- wetenschappelijk
- kans op
- acceptabel risico
- voortschrijdend inzicht
- relatief risico
- gemiddelde over bevolking
- een dode is een dode



Publieke beoordeling van risico's

- intuïtief (gevoelsmatig)
- ja/ nee
- veiligheid
- is het nou wel of niet?
- specifieke gebeurtenissen
- persoonlijke gevolgen
- het maakt uit hoe je dood gaat

*Powel, et al
1997*

Verskil in perceptie leidt tot verschil in rangorde risico's

Experts:

1. Ongebalanceerd dieet
2. Microbiologische besmetting
3. Natuurlijke gifstoffen
4. Milieu vervuiling
5. Additieven en contaminanten

Consumenten:

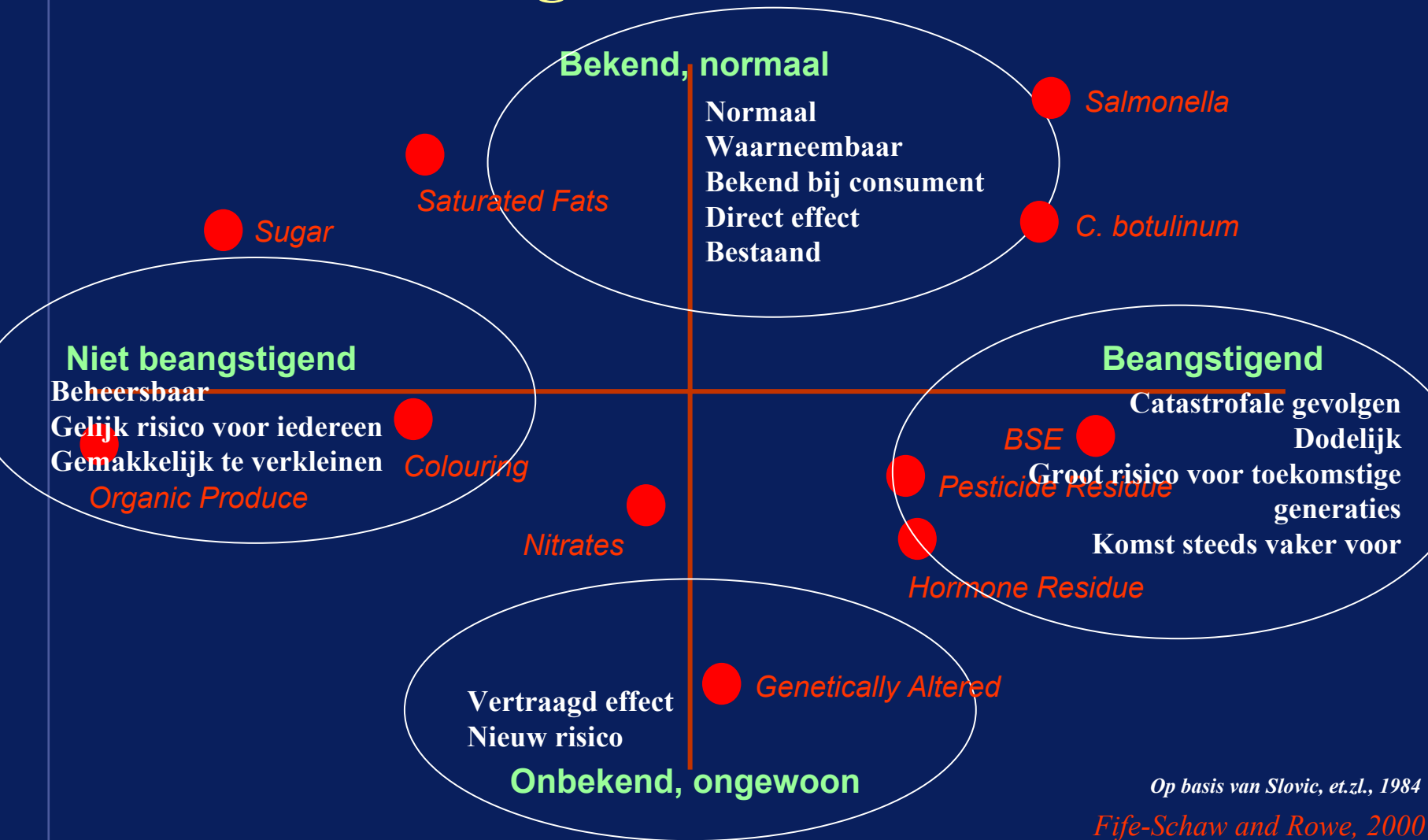
1. Additieven en contaminanten
2. Milieu vervuiling
3. Ongebalanceerd dieet
4. Natuurlijke gifstoffen
5. Microbiologische besmetting

Hankamp en Van Haren, 1998

Karakteristieken Risicoperceptie

- **Bekend, normaal risico**
- **Waarneembaar**
- **Risico bekend bij degenen die eraan blootgesteld worden**
- **Risico bekend bij wetenschappers**
- **Gevolgen direct waarneembaar**
- **Nieuw risico**
- **Beheersbaar**
- **Gevreesd**
- **Catastrofaal omvang**
- **Dodelijke gevolgen**
- **Gelijk risico voor iedereen**
- **Groot risico voor toekomstige generaties**
- **Gemakkelijk te verkleinen**
- **Vrijwillig**
- **Persoonlijk betrokkenheid**

Risicoperceptie van voedselgerelateerde risico's



Op basis van Slovic, et.zl., 1984

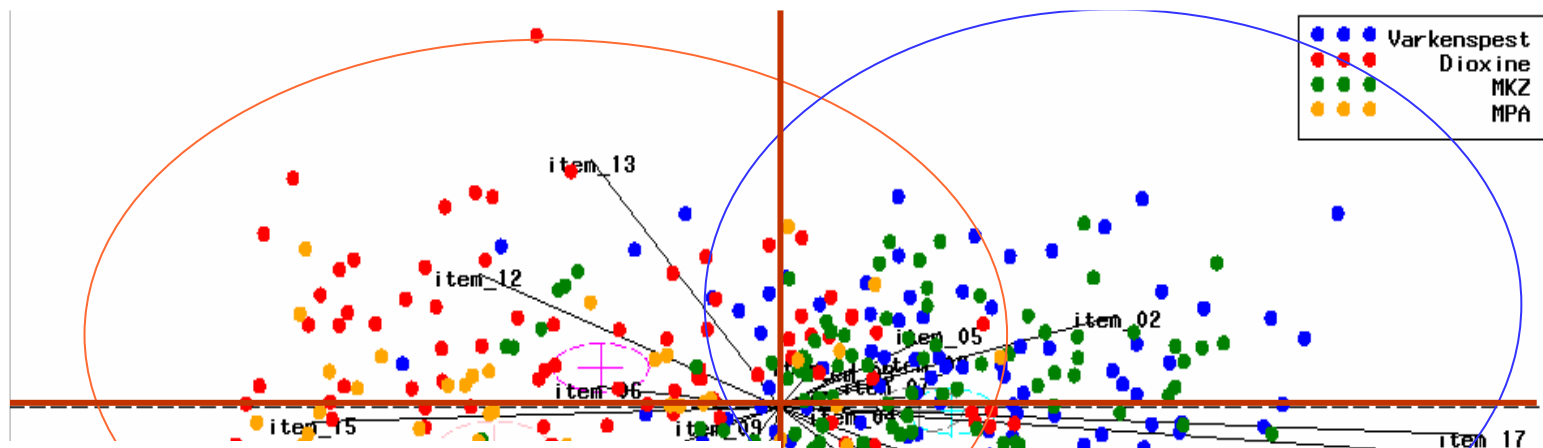
Fife-Schaw and Rowe, 2000

TNO Studie

Risicoperceptie van viertal incidenten

TNO studie is INDICATIEF : n=100 vrouwen, gebruikers van vlees => Basis voor verdere discussie en onderzoek

Risico perceptie van specifieke incidenten in varkensvlees (n=100)



- Veroorzaakt door menselijk falen
- Besmetting met X had voorkomen kunnen worden
- Volksgezondheid is in het geding
- Kan dodelijke gevolgen hebben

- X komt nu eenmaal in de natuur voor
- Besmetting met X heeft altijd bestaan
- Ik denk dat vlees dat verkocht wordt vrij is van X

Waar kunt u rekening mee houden?

- **Risicoperceptie**
- **Vertrouwen**
- **Verschillende typen consumenten**

Vertrouwen

- **Vertrouwen kijkt naar het verleden!**
- **Het is gemakkelijker om het vertrouwen te verliezen dan om het te herwinnen**
- **Slechte boodschappen worden eerder geloofd dan goede boodschappen**
- **Media kunnen de realiteit en risico perceptie verstoren en het wantrouwen vergroten**

(Slovic, 1993)

Bepalend voor Vertrouwen

- Verstand van zaken
 - **COMPETENT**
- Niet vooringenomen en geen eigen belang
 - **OBJECTIEF**
- Rekening houdend met alle betrokkenen en hun belangen
 - **REDELIJK, BILLIJK**
- Berichtgeving in overeenstemming met eerdere berichten, berekenbaar en voorspelbaar
 - **CONSISTENT**
- Van goede wil, open agenda
 - **OPEN**

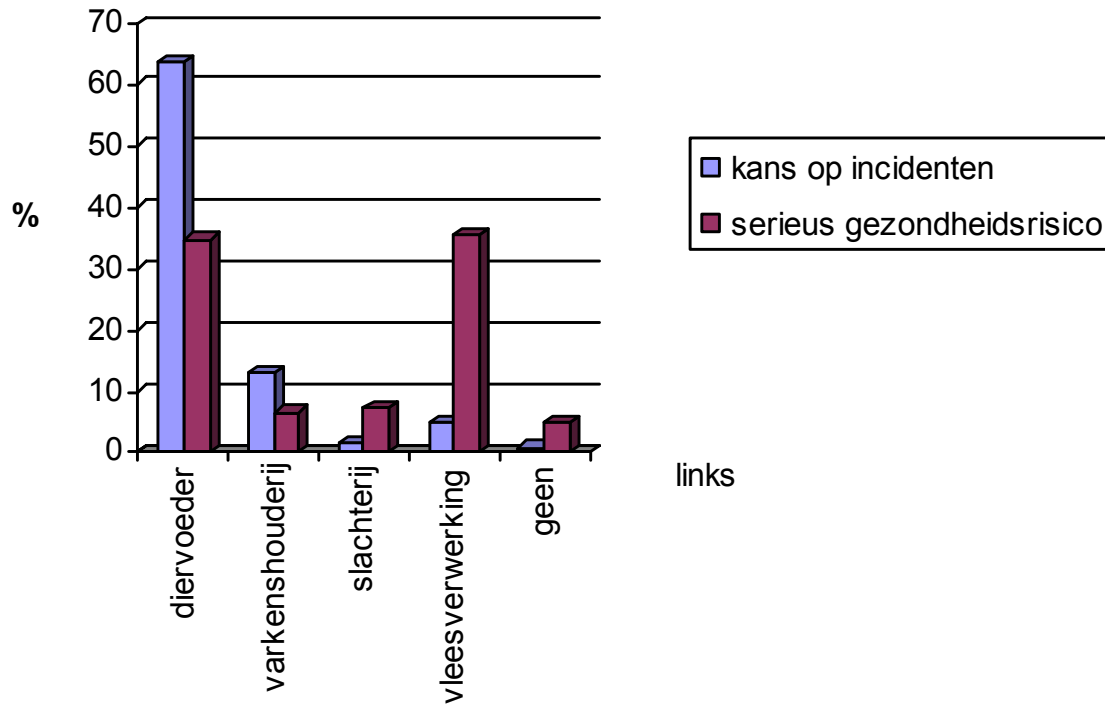
(Slovic, 1993)

TNO Studie

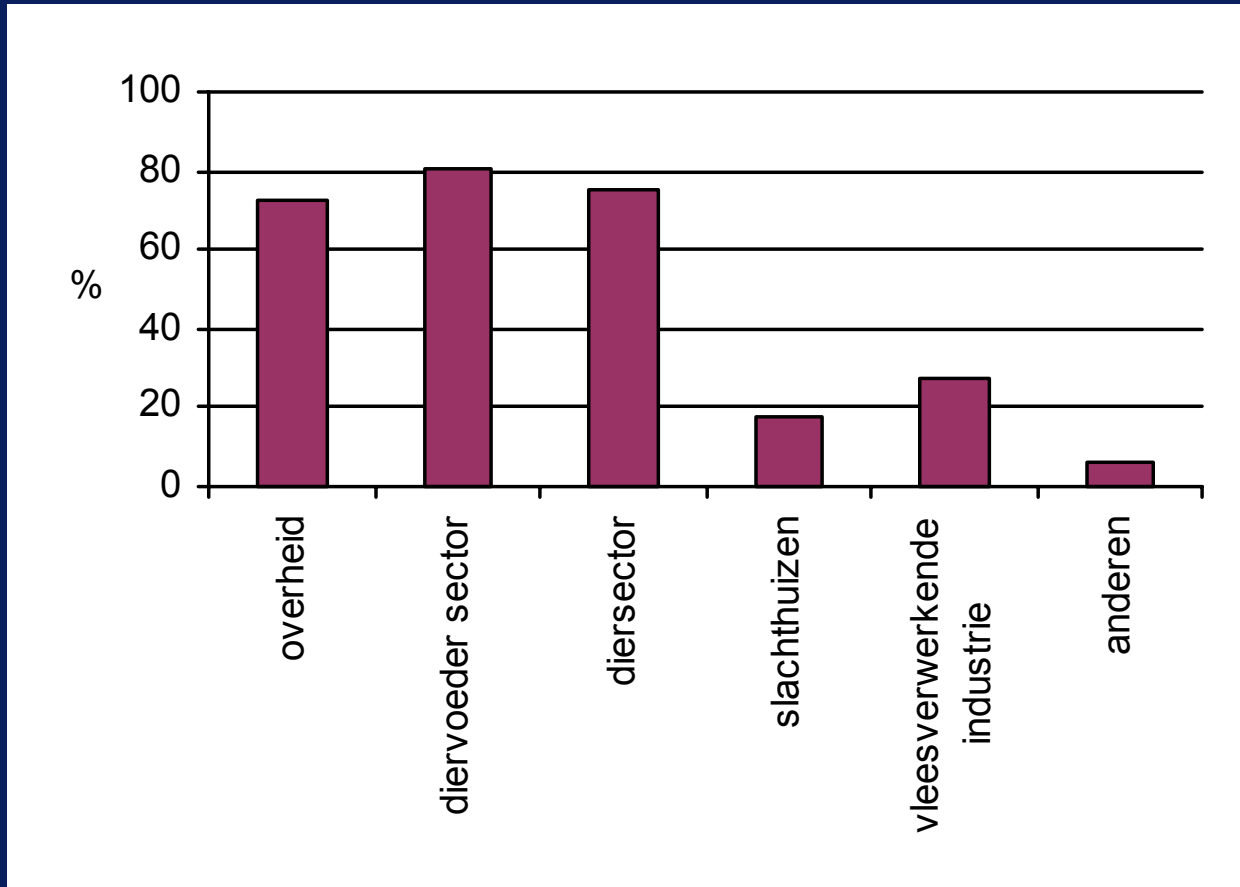
- **Risico's in verschillende schakels**
- **Verantwoordelijken voor controles**
- **Betrouwbare informatie bronnen en waarom betrouwbaar**

INDICATIEF want n=100, vrouwen, gebruikers van vlees
Basis voor verdere discussie en onderzoek

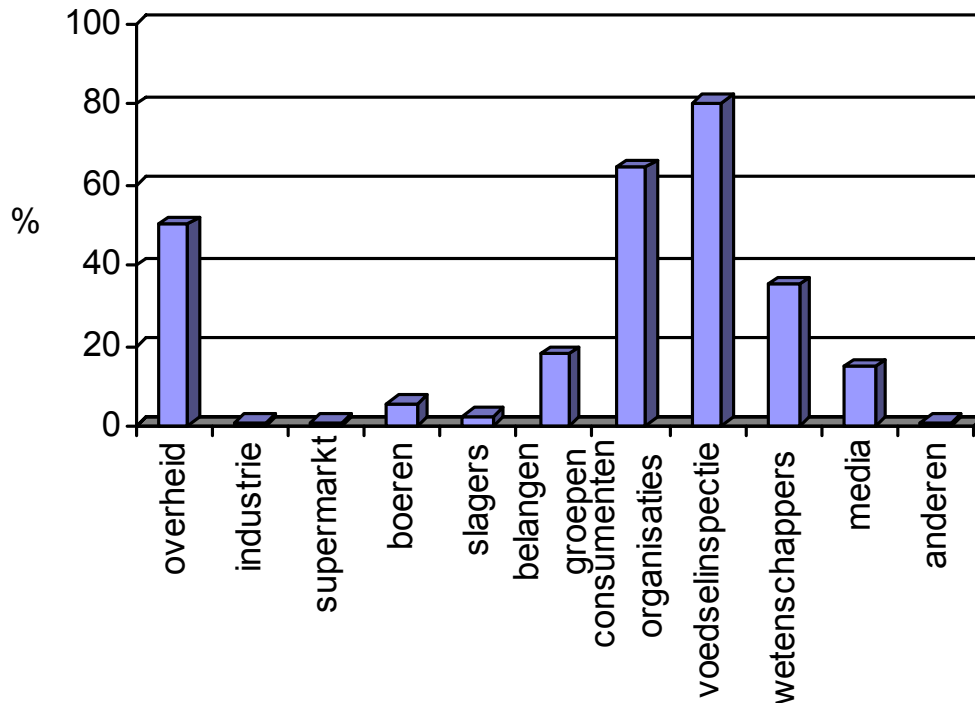
Risico's in de verschillende schakels



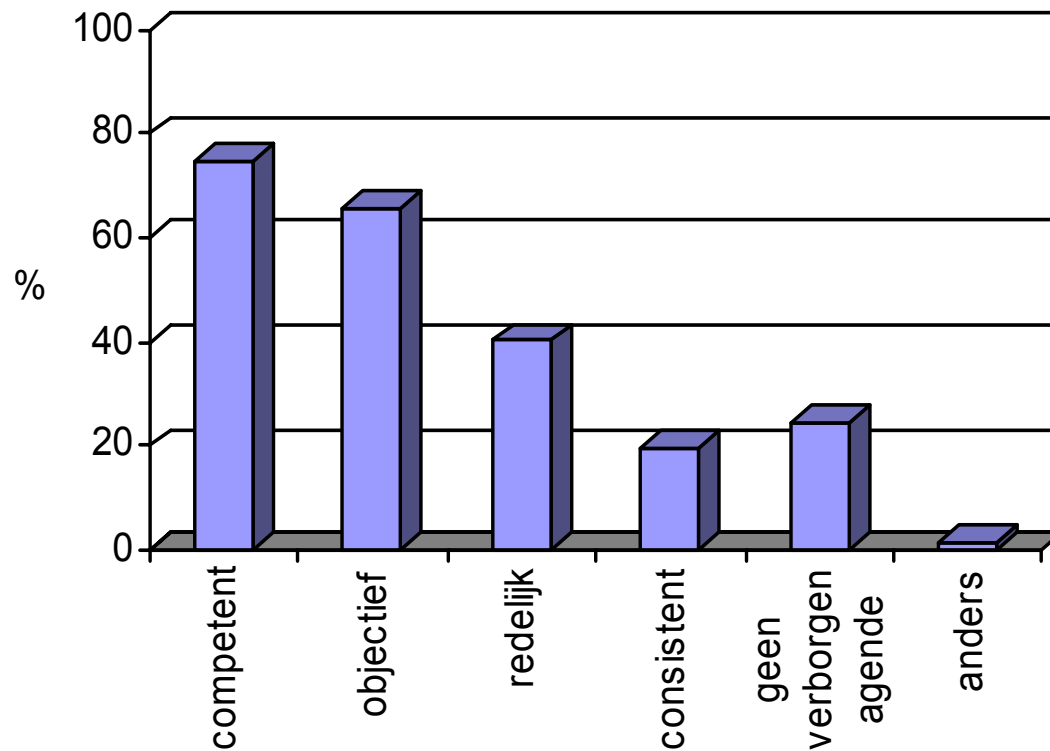
Verantwoordelijken voor controles



Betrouwbare informatie bronnen



Waarom betrouwbaar



Moet u rekening houden met consumenten?

Ja!

- **Ook de klant van uw klant is van belang voor uw bedrijfsvoering**
 - Als uw klant minder omzet draait merkt ook u de gevolgen
 - Reputatie schade is moeilijk te herstellen

Hoe kunt u rekening mee houden?

- **Risicoperceptie**
- **Vertrouwen**
- **Verschillende typen consumenten**

Zeven fundamentele regels voor Risico Communicatie

- Accepteer en betrek het publiek als legitieme partij
- Plan zorgvuldig en evalueer je acties
- Luister naar specifieke zorgen van het publiek
- Wees eerlijk, direct en open
- Coördineer en werk samen met betrouwbare bronnen
- Kom tegemoet aan de wensen en behoeften van media
- Spreek duidelijk en met begrip

Covello and Allen, 1988

TNO studie

Samen bouwen aan vertrouwen voor LNV

- **Houdt rekening met verschillende groepen**
- **Dezelfde boodschap in een ander jasje**
 - Verschillen in:
 - Nadruk leggen op feit dat aandacht is besteed aan horen en begrijpen
 - Informatie over kosten en baten
 - Hoeveelheid informatie
 - Begrip tonen voor standpunt maar aandacht vragen voor nuances

TNO: Slob et al. 2003

Adviezen aan LNV voor de praktijk

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. Niks aan de hand | 1. moeilijk bereikbaar, begrip voor tonen en meenemen in communicatie |
| 2. Beheersen/ controleren | 2. hoge verwachtingen onderkennen en openlijk afwegen van kosten en baten |
| 3. Pragmatisme | 3. voldoende informatie geven om keuzes te kunnen maken |
| 4. Zorg/ nostalgie | 4. begrip tonen en verontwaardiging temperen |

TNO: Slob et al. 200

Waar en hoe kunt u rekening houden met consumenten bij incidenten?

Risicoperceptie

- Consumenten nemen intuïtieve en emotionele argumenten mee in hun besluitvorming
- Consumenten onderkennen de verschillen tussen incidenten
- Besteed aandacht aan die aspecten die consumenten bezighouden

Waar en hoe kunt u rekening houden met consumenten bij incidenten?

Vertrouwen

- Wees zorgvuldig met je goede imago en werk samen met objectieve partners die voldoende vertrouwen genieten
- Wees consistent, open en redelijk

Waar en hoe kunt u rekening houden met consumenten bij incidenten?

Verschillende consumenten

- Communiceer direct via verschillende kanalen en op verschillende manieren
- Houdt rekening met communicatie over jezelf: Kom tegemoet aan behoefte aan informatie van de media