

29 653        Het Nederlands buitenlands beleid ten aanzien van  
                  Latijns-Amerika en de Cariben

Nr. 93         Brief van de minister van Justitie en Veiligheid

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 9 juni 2026

Op 6 december 2024<sup>1</sup> en op 12 december 2025<sup>2</sup> is uw Kamer geïnformeerd over de weerbaarheidsopgave waar we als Nederland voor staan en de rol die risicocommunicatie van de overheid samen met partners hierin speelt. Er is een belangrijke stap gezet met de start van de meerjarige publiekscampagne Denk Vooruit op 1 november 2025 en het bezorgen van het informatieboekje 'Bereid je voor op een noodsituatie' bij ruim 8 miljoen adressen in Nederland. Hiermee heeft zowel het gesprek over maatschappelijke weerbaarheid als de actiebereidheid een belangrijke impuls gekregen.

Als coördinerend bewindspersoon voor maatschappelijke weerbaarheid en risico- en crisiscommunicatie, informeer ik u met deze brief over de resultaten van de onderzoeken naar de impact van deze communicatie-inzet, inclusief de publiekscampagne Denk vooruit. Ook neem ik u mee in de voortgang van de communicatieopgave om de maatschappelijke weerbaarheid te vergroten. Het informatieboekje, de campagne en de aandacht in de media over het thema weerbaarheid heeft Nederlanders in beweging gebracht. De resultaten laten zien dat het versterken van de weerbare samenleving niet meer alleen een boodschap van de overheid is, maar breed is omarmd in de samenleving. Bijna de helft van alle Nederlanders heeft inmiddels een vorm van actie ondernomen. Zo heeft bijna de helft van alle Nederlanders een noodpakket en praat met medebewoners over het belang van voorbereiden op een noodsituatie. Om de impact nog verder te vergroten, blijft de communicatie-inzet de komende jaren onverminderd belangrijk.

Daarnaast reageer ik in deze brief op de op 10 december 2025 aangenomen motie<sup>3</sup> van de leden Ceder en Bamenga over het toepassen van de weerbaarheidscampagne in Caribisch Nederland

---

<sup>1</sup> [Kamerbrief over weerbaarheid tegen militaire en hybride dreigingen | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl](#)

<sup>2</sup> [Kamerbrief over weerbaarheid en militaire paraatheid tegen hybride en militaire dreigingen | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl](#)

<sup>3</sup> Kamerstuk 29653 nr. 71, motie Ceder en Bamenga

en de motie<sup>4</sup> van het lid Bamenga over een eventuele bijdrage aan de ontwikkeling en verspreiding van een boekje over noodsituaties in Caribisch Nederland en doe ik deze beide moties af.

## Onderzoek en impact

Communicatieonderzoek is onmisbaar om daadwerkelijke gedragsverandering te realiseren en draagt bij aan effectieve campagnes en aan draagvlak voor de boodschap bij burgers en andere stakeholders. Daarnaast biedt onderzoek relevante inzichten voor het tussentijds aanscherpen en uitbreiden van de communicatieboodschap en -aanpak, zowel naar het algemene publiek als naar specifieke doelgroepen. Tijdens en direct na de start van de campagne Denk vooruit zijn, in opdracht van de NCTV, drie kwantitatieve onderzoeken <sup>5</sup>uitgevoerd naar (1) het effect van de publiekscampagne, (2) het sentiment van de samenleving naar aanleiding van het informatieboekje 'bereid je voor op een noodsituatie' en (3) de impact op het gedrag van mensen. De resultaten hiervan bieden inzicht in de meest kansrijke gedragingen en gedragsbepalers om communicatie in te zetten om Nederlanders voor te bereiden op mogelijke noodsituaties.

In 2024 is een eerste RASCH gedragsonderzoek <sup>6</sup>uitgevoerd naar de weerbaarheidsgedragingen in Nederland. Meer dan 80 gedragingen, gekoppeld aan de handelingsperspectieven: noodpakket, noodplan, praat erover en kom in actie, zijn hiervoor op een gedragsladder gezet. Dit gaf een duidelijk overzicht van de gedragspositie waar Nederlanders zich op dat moment bevonden. De herhaling van dit onderzoek begin 2026, na de start van de campagne, laat zien dat er veel verschuiving heeft plaatsgevonden. Gemiddeld worden 50 tot 60% van alle gedragingen uitgevoerd. Het aantal mensen met een noodpakket is gestegen van 30% naar bijna de helft van de bevolking begin 2026. Het aantal mensen met een noodplan is verdubbeld en bijna de helft van alle Nederlanders (44%) praat met medebewoners over voorbereidingen op noodsituaties. Een jaar geleden ging nog minder dan een op de vijf Nederlanders met medebewoners het gesprek aan over de voorbereiding op een noodsituatie.

---

<sup>4</sup> Kamerstuknr. 29653 nr. 76, motie Bamenga c.s.

<sup>5</sup> [Steeds meer Nederlanders bereiden zich door Denk vooruit voor op noodsituaties | Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid](#)

<sup>6</sup> [Samenvatting Onderzoek naar Weerbaarheidsgedragingen - november 2024 | Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid](#)

Tussen 17 november en 18 december 2025 is het informatieboekje 'Bereid je voor op een noodsituatie' bij ruim 8 miljoen adressen bezorgd. Onderzoek laat zien dat ruim 91% van alle Nederlanders het boekje heeft ontvangen. 63% van de mensen die het boekje hebben ontvangen hebben het ook daadwerkelijk gelezen. 25% zegt dit nog te gaan doen. 81% van de lezers vonden de tips duidelijk. Bijna de helft van de lezers begrijpt nu ook beter waarom het nodig is om zich voor te bereiden en te weten hoe ze dat kunnen doen.

De boodschap die we met de campagne Denk vooruit uitdragen sterkt Nederlanders in het idee dat zij zélf iets kunnen doen om voorbereid te zijn op noodsituaties. Aan de andere kant vinden mensen het vaker *niet* normaal om voorbereid te moeten zijn. Deze eerste Denk vooruit campagne is goed gewaardeerd door respondenten en kreeg een beoordeling van een 7. Dit ligt boven de benchmark van een gemiddelde 6,5 voor campagnes van of mede namens de Rijksoverheid.

De materialen die zijn ontwikkeld voor de publiekscampagne Denk vooruit, zoals het informatieboekje, bewijzen daarnaast hun functie voor meer dan alleen het informeren en activeren van burgers. Ze worden ook benut als aanleiding voor het verdiepende gesprek en initiatieven in gemeenten en veiligheidsregio's, in bedrijven en organisaties en in buurthuizen en verenigingen.

### *Aandachtspunten*

Naast bevestiging dat we op de goede weg zijn, bieden de kwantitatieve onderzoeksresultaten ook inzichten die relevant zijn voor het vervolg van Denk vooruit. Zo is in alle onderzoeken een lichte stijging te zien van scepsis en aversie: zowel tegen de boodschap en het vertrouwen dat de gevraagde acties helpen om jezelf 72 uur te kunnen redden, als tegen de overheid als afzender. Ook het gevoel van hulpeloosheid is toegenomen. Wat deze verandering veroorzaakt, laten de kwantitatieve onderzoeken niet zien. Daarom is dit door middel van kwalitatief onderzoek in opdracht van de NCTV (focusgroepen en interviews) in april 2026 nader onderzocht. Hieruit blijkt dat er drie verklaringen voor de veranderingen te geven zijn. (1) Er is in de maanden november en december zoveel aandacht in de media geweest over het belang van voorbereiden op noodsituaties, dat sommige mensen vinden dat de overheid teveel aandringt. (2) Het sterke en overheersende frame van oorlogsdreiging in de media en in het politieke discours leidt tot minder vertrouwen in het effect van de geboden handelingsperspectieven waar Denk vooruit zich op richt

(noodpakket, noodplan en erover praten) en (3) het is bij een deel van de mensen onvoldoende duidelijk wat de overheid doet in de eerste 72 uur van een noodsituatie en wat men dus van de overheid mag verwachten en waar men op kan vertrouwen.

## **Communicatie-inzet 2026**

Intensievere overheidscommunicatie om de maatschappelijke weerbaarheid te verhogen, blijft de komende jaren onverminderd belangrijk. Naast structurele risicocommunicatie van de overheid samen met partners, zijn er in 2026 twee lange campagneperiodes van de publiekscampagne Denk vooruit voorzien: voor de zomer en in het najaar. In de voorbereiding en uitvoering worden de bovenstaande inzichten uit de onderzoeken nadrukkelijk meegenomen.

### *Aandacht voor specifieke doelgroepen*

De communicatie-inzet in 2026 richt zich ook nadrukkelijker op specifieke doelgroepen. Zoals op jongeren, op mensen die de overheid minder goed weet te bereiken of op mensen die onvoldoende financiële of cognitieve draagkracht hebben om zich voor te bereiden. Momenteel onderzoekt de overheid wat er aanvullend nodig is om mensen in kwetsbare posities beter te ondersteunen in het geval van een dreiging, ramp of incident. Uitgangspunt hierbij is dat een vangnet makkelijk vindbaar moet zijn, dichtbij huis en toegankelijk. Maatschappelijke organisaties kunnen hierin een cruciale rol spelen. Wanneer deze verkenning is afgerond, biedt dit handvatten om de communicatie hierop aan te laten sluiten.

Uit onderzoek van Unicef van oktober 2025 blijkt dat vooral jongeren tussen de 10 en 15 jaar zich steeds meer zorgen maken over de problemen in de wereld en hierbij gevoelens van angst ervaren. Vooral via sociale media krijgen deze tieners op een vaak ongefilterde manier de dreigingen in Nederland en de rest van de wereld en andere heftige gebeurtenissen voorgeschoteld. De publiekscampagne Denk vooruit zoals deze in het najaar van 2025 is gevoerd, had minder gerichte aandacht voor deze jonge doelgroep. Daarom worden er op dit moment, samen met het ministerie van Defensie, het ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport en het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap én partners zoals Unicef, Warchild, docenten en jeugdwerkers, gesprekken gevoerd over het ontwikkelen van een effectieve communicatie-aanpak voor deze doelgroep die later dit jaar uitgevoerd wordt. De input van juist het werkveld helpt de

overheid om inzicht te krijgen in de specifieke informatiebehoefte van de jongeren en wat zij nodig hebben om weerbaarder te worden.

Het is essentieel dat iedereen, inclusief mensen met een visuele beperking, toegang heeft tot deze belangrijke overheidsinformatie over het belang van voorbereiden. Daarom is sinds 11 mei 2026 het informatieboekje 'Bereid je voor op een noodsituatie' en de bijbehorende noodkaart ook in aangepaste leesvormen beschikbaar, te weten braille, grootletter en in gesproken vorm. Dit is het resultaat van gesprekken tussen de Oogvereniging en de NCTV. Het boekje en de noodkaart waren bij het verschijnen in december 2025 al digitaal beschikbaar in toegankelijke vorm en in meerdere talen. Met de aangepaste leesvormen is er nu ook een toegankelijk offline alternatief dat bruikbaar is in situaties waarin er geen stroom of toegang tot internet is.

### *Denk vooruit voor bedrijven en agrarische ondernemers*

Meer dan de helft (51%) van het Nederlandse bedrijfsleven geeft aan géén

voorzorgmaatregelen te nemen tegen uitval van energie, mobiele communicatie of

clouddiensten en is niet voorbereid als producten, onderdelen of grondstoffen niet

meer geleverd kunnen worden. Daarom is op 11 mei jl. het ministerie van Economische Zaken en Klimaat een Denk Vooruit publiekscampagne gestart voor bedrijven, zodat ook zij zich beter voorbereiden op verstoringen. Met de boodschap: 'Blijft jouw bedrijf draaien in een noodsituatie? Start je eigen Draaiboek' krijgen ondernemers de oproep om na te gaan welke processen voor hun bedrijf cruciaal zijn en wat ze kunnen doen om afhankelijkheden te verminderen en weerbaarheid te vergroten. Met een eigen draaiboek kunnen ze vastleggen hoe ze zich voorbereiden en wat er in de eerste 72 uur van een crisis moet gebeuren. Wanneer bedrijven zijn voorbereid wordt de impact van noodsituaties op de samenleving en economie lager en kunnen we schokken beter opvangen. Tijdens langdurige verstoringen of internationale conflicten kunnen zo belangrijke producten en diensten geleverd blijven worden. Alle informatie over deze campagne en voor bedrijven is terug te vinden op [www.denkvooruit.nl/bedrijven](http://www.denkvooruit.nl/bedrijven)

Ook agrarische ondernemers moeten zich beter voorbereiden op verstoringen, want de leveringszekerheid van voedsel kan tijdens

een noodsituatie onder druk komen te staan en de beschikbaarheid van voedsel is juist cruciaal voor de continuïteit van onze samenleving en economie. Daarom is het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur een Denk vooruit campagne gestart specifiek voor deze sector. Deze campagne richt zich op de continuïteit van de voedselketen en de rol die boeren daarin spelen. Aan de hand van een uitgebreide checklist op onder andere [www.denkvooruit.nl/bedrijven](http://www.denkvooruit.nl/bedrijven) worden agrarische ondernemers geholpen zich voor te bereiden.

### *Communicatie in Caribische delen van het Koninkrijk*

In lijn met de motie<sup>7</sup> van de leden Ceder en Bamenga over het toepassen van de weerbaarheidscampagne in Caribisch Nederland en de motie<sup>8</sup> van het lid Bamenga over het in gesprek gaan met de andere landen binnen het Koninkrijk over de vraag of en op welke wijze Nederland kan bijdragen aan de ontwikkeling en verspreiding van een boekje over noodsituaties in Caribisch Nederland, zijn door de NCTV verschillende gesprekken gevoerd met communicatieprofessionals van alle (ei)landen in het Caribisch deel van Nederland. Hieruit blijkt dat er behoefte is aan het blijven delen van kennis en best practices voor bijvoorbeeld het zelf verspreiden van lokaal relevante informatie en eventuele ondersteuning hierbij. Hieromtrent lopen structurele gesprekken tussen Nederland en de (ei)landen en initiatieven. Zo wordt er door de NCTV, met input van de (ei)landen, gewerkt aan een doorvertaling van de bestaande gesprekstoel<sup>9</sup> naar Caribische context.

Met de (ei)landen worden de mogelijkheden voor ondersteuning voor een publiekscampagne verkend. Uit de eerste gesprekken blijkt dat aan een directe, uniforme doorvertaling van de Denk Vooruit campagne voor het verhogen van de maatschappelijke weerbaarheid op de (ei)landen en het huis-aan-huis boekje zoals uitgerold in Nederland, geen behoefte is. Hiervoor zijn de risicoprofielen en lokale contexten te verschillend, aldus de lokale experts. Er gebeurt ook al veel. Zo is er op Curaçao de weerbaarheidscampagne Ami Ta Prepara en is op Bonaire zeer recent de campagne Ta Prepara gestart. Daarnaast is vanzelfsprekend de eerdergenoemde toolkit Denk vooruit met alle middelen die in Nederland zijn ontwikkeld en worden gebruikt, ook voor de (ei)landen beschikbaar. De middelen zijn op zo'n manier gemaakt en beschikbaar gesteld, dat de (ei)landen hier eenvoudig

---

<sup>7</sup> Kamerstuknr. 29653 nr. 71, motie Ceder en Bamenga

<sup>8</sup> Kamerstuknr. 29653 nr. 76, motie Bamenga

<sup>9</sup> [Gesprekstoel Maatschappelijke weerbaarheid | Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid](#)

specifieke lokale context en beelden voor kunnen gebruiken. Daarmee beschouw ik de moties van de leden Ceder en Bamenga als afgedaan.

### **Afsluitend**

Een weerbare maatschappij draagt bij aan de bescherming van onze veiligheid, vrijheid, welvaart en waarden. Dit geldt niet alleen bij hybride aanvallen of een militair conflict, maar ook bij andere crises of rampen, zoals grootschalige overstromingen, een pandemie of langdurige uitval van vitale processen. Risicocommunicatie vanuit de overheid over dreigingen, wat de overheid hieraan doet, en over de mogelijke impact op onze manier van leven en de voorbereiding hierop, dragen hieraan bij. Ik informeer uw Kamer tijdig bij relevante ontwikkelingen of voortgang op de communicatieaanpak om de maatschappelijke weerbaarheid te verhogen.

De minister van Justitie en Veiligheid,  
D.M. van Weel