

(Deel)evaluatie Green Deal Sportvisserij Loodvrij

Werkgroep 1: Communicatie en bewustwording

In artikel 14 ("Evaluatie") van de Green Deal Sportvisserij Loodvrij is afgesproken dat de werkgroepen 1 t/m 3 alle resultaten van de inspanningen in kaart brengen. In de Green Deal Sportvisserij Loodvrij zijn de volgende artikelen opgenomen die betrekking hebben op werkgroep 1: Communicatie en bewustwording.

Artikel 8 Spoor 1. Communicatie en bewustwording loodvrij vissen

1. De aan Spoor 1 deelnemende Partijen ontwikkelen een communicatiestrategie die als doel heeft sportvissers bewust te laten worden van:
 - a. de meerwaarde van loodvrij vissen;
 - b. de effecten van het gebruik van lood op het milieu en
 - c. de gevolgen voor de gezondheid van de gebruiker van het lood.
2. Onderdelen van deze communicatiestrategie zijn in elk geval:
 - a. Het ontwikkelen en inzetten van communicatiematerialen (folders, digitale media e.d.);
 - b. Het organiseren van viswedstrijden waarbij loodvrij wordt gevist;
 - c. Het vaststellen van visrecords waarbij loodvrij is gevist en
 - d. Het informeren over activiteiten rond eventuele overeenkomstig artikel 9 aan te wijzen pilot viswateren waar enkel loodvrij gevist mag worden.
3. Er zal in ieder geval een gedeelte op de website van Sportvisserij Nederland beschikbaar worden gesteld, maar ook andere stakeholders/relevante betrokkenen worden uitgenodigd hieraan deel te nemen;
4. In het eerste jaar van uitvoering van deze Green Deal wordt de communicatiestrategie ten behoeve van deze Green Deal opgezet en ontwikkeld. Vanaf de zomer 2018 communiceren de aan spoor 1 deelnemende Partijen actief naar hun achterban en relevante netwerk op basis van deze communicatiestrategie. Jaarlijks wordt de communicatiestrategie geëvalueerd en waar nodig aangepast.
5. Rijksoverheid (LNV) draagt zorg voor het uitvoeren van bepalingen in 2018 en 2020. Tevens draagt LNV zorg voor het bepalen de in artikel 3 genoemde reductie en rapporteert hierover aan de stuurgroep.
6. Aan de uitwerking van Spoor 1 nemen deel: Sportvisserij Nederland, Dibevo, Natuurmonumenten, de Unie van Waterschappen en de Rijksoverheid.

Artikel 10 Spoor 3. Duurzame en aantrekkelijke alternatieven.

2. Aansluitend op Spoor 1 wordt een aanvullend en specifieke communicatiestrategie opgezet waarbij sportvissers die zelf lood verwerken bewust worden gemaakt van de (gezondheids)risico's hiervan. De aan Spoor 3 deelnemende Partijen ontwikkelen concrete handvatten voor de sportvisser om zelf loodvrije alternatieven te maken.

Deelname werkgroep

Het ministerie van VWS en incidenteel het ministerie van LNV vertegenwoordigden de Rijksoverheid in deze werkgroep. Verder hebben Dibevo, de Unie van Waterschappen, Sportvisserij Nederland en Natuurmonumenten (eenmaal aanwezig) deelgenomen aan de werkgroep.

Inspanningen werkgroep

Opstarten en uitvoeren bewustwordingscampagne met o.a.:

Dibevo:

- Nieuwberichten in Dibevo vakblad;
- Kennisavonden voor leden (o.a. dierenspeciaalzaken);
- Informatiebulletins en factsheets voor werkgevers en -werknemers met uitleg over de gezondheidsrisico's van vislood.

Natuurmonumenten:

- Voorlichting gericht op (gebieds)beheerders.

Unie van Waterschappen:

- Ondersteuning bij (pers)berichten rondom pilotgebieden;
- Interne communicatie naar waterschappen.

Ministerie van VWS:

- Start met communiceren over gezondheidsrisico's vislood / www.waarzitwatin.nl.

Ministerie van LNV:

- Uit (laten) voeren van onderzoeken naar loodverlies en gebruik van loodalternatieven in periode 2017 t/m 2021, inclusief rapportage aan stuurgroep. Een toelichting op alle resultaten volgt in de (eind)evaluatie van de stuurgroep.

Sportvisserij Nederland:

- Ontwikkelen en onderhouden website www.sportvisserijloodvrij.nl met daarop:
 - Informatie Green Deal Sportvisserij Loodvrij;
 - Veelgestelde vragen;
 - Overzicht van milieuvriendelijke loodalternatieven;
 - Overzicht van pilotgebieden;
 - Gezondheidsrisico's;
 - Wat kun je als (hengelsport)vereniging doen;
 - Cijfers loodgebruik;
 - Toelichting juridische verkenning.
- Maandelijks publicaties in Hét VISblad (oplage 100.000-500.000/maand) met o.a.:
 - Vissen met loodalternatieven;
 - Hoe zelf loodalternatieven te maken;
 - Alternatieven voor vislood;
 - Gratis advertorials voor producenten van loodalternatieven.
- Artikelen en advertorials in andere hengelsportmagazines;
- Publicatie artikel in het vakblad Visionair;
- Items in (digitale) nieuwsbrieven over loodvrij vissen;
- Ontwerpen en verspreiden posters en flyers naar >600 hengelsportverenigingen, honderden hengelsportwinkels, commerciële visvijvers, etc.;
- Promoten Sportvisserij Loodvrij op beurzen en bij tal van andere activiteiten;
- Verspreiden 80.000 flyers Sportvisserij Loodvrij via honderden hengelsportcontroleurs en BOA's;
- Campagnes via social media;
- Loodvrij vissen in VIS TV (XL) (bereik ongeveer 100.000 personen per aflevering);
- Alle >1.000 vislessen op basisscholen zijn loodvrij georganiseerd;
- Ontwerp en bestellen informatieborden bij pilotgebieden;
- Bestellen en verspreiden van tienduizenden milieuvriendelijke loodvervangers ter promotie bij honderden wedstrijden, jeugddagen, clinics, etc. van o.a. hengelsportverenigingen en -federaties;
- Informeren hengelsportwinkels en groothandels over de Green Deal Sportvisserij Loodvrij, Europese ontwikkelingen, het aanbod aan loodalternatieven en de gezondheidsrisico's van vislood.

De totale publiciteitswaarde van bovenstaande activiteiten van Sportvisserij Nederland worden geschat op circa € 150.000,- per jaar. Verder gebruikt Sportvisserij Nederland in haar uitingen termen als "vislood", "lood" en "loodkop" niet meer, maar worden altijd óf loodalternatieven óf andere benamingen zoals "werpgewicht" of "verzwaring" toegepast. Communicatie naar sportvissers richt zich vooral op het promoten van het aanbod van loodalternatieven, op het duiden van de gezondheidsrisico's van het gebruik van (vis)lood, op het benadrukken dat de sportvisserij duurzaam en milieuvriendelijk wil zijn en dat het gebruik van vislood daar niet bij

past en op de voordelen van loodvrij vissen (afhankelijk van de sportvisserijdiscipline en het alternatieve materialen zijn dit bijvoorbeeld het hogere soortelijk gewicht (dus kleiner/lichter te vissen), harder materiaal en beter bodemgevoel, opname van vloeistoffen of lager soortelijk gewicht (zakt niet of nauwelijks in modderbodem)).

Overigens heeft Sportvisserij Nederland er vanwege de onmogelijkheid om te controleren waarmee/waaraan een vis is gevangen voor gekozen om géén “loodvrije” visrecords vast te stellen.

Gesignaleerde uitdagingen

- *Veel acties, groot bereik:*
Vanuit de werkgroep en vooral vanuit Sportvisserij Nederland is een breed pallet aan promotie en acties rondom loodvrij vissen uitgerold. De focus lag hierbij vooral op bewustwording en gedragsverandering bij sportvissers. Een gedifferentieerde communicatieaanpak, gericht op specifieke doelgroepen zoals producenten en sportvissers die zelf lood gieten, ontbrak in deze driejarige Green Deal periode. Voor een eventueel vervolg is het waardevol om hier extra aandacht aan te besteden.
- *Bereiken zelfgieters:*
Het zelf smelten en gieten van vislood is gezien de gevaren voor de gezondheid misschien wel het belangrijkste om aan te pakken. Het bereiken van deze groep – die voornamelijk in het kustgebied (zeesportvisserij) zit – is echter lastig. Ook bij een eventueel gebruiksverbod voor vislood, is een gerichte campagne op deze groep belangrijk.
- *Meten voortgang bewustwording sportvissers:*
Doel van deze werkgroep is om eerst bewustwording en vervolgens gedragsverandering bij sportvissers te bewerkstelligen. Subjectief kan worden vastgesteld dat de bewustwording is gegroeid en vanuit de cijfers van de onderzoeken van Wageningen Marine Research (WMR) (onderzoeken gebruik van loodalternatieven) is te zien dat meer sportvissers hun gedrag veranderen door met loodalternatieven te vissen. Om beter vinger aan de pols te houden, is het meten van het bewustwordingsproces op geijkte momenten aan te bevelen.
- *Duidelijkheid naar sportvissers over de samenstelling van loodalternatieven:*
Vanuit de Green Deal Sportvisserij Loodvrij worden alleen loodalternatieven gepromoot die volgens de gemaakte afspraken (werkgroep 3) als milieuvriendelijk kunnen worden bestempeld. Producenten en leveranciers gebruiken echter (uiteraard) termen als “loodvrij”, “duurzaam”, “non-toxic”, “milieuvriendelijk” en “eco-friendly” om hun producten aan te prijzen, ook als deze uit bijvoorbeeld zink, tin of koper bestaan, waardoor ze door de Green Deal partners niet als milieuvriendelijk worden bestempeld. Sportvissers vragen Sportvisserij Nederland regelmatig waarom de door hun aangeschafte loodalternatieven niet in het overzicht op www.sportvisserijloodvrij.nl staan. Dit zorgt voor onduidelijkheid en kan voor afkalving van draagvlak zorgen. Het is belangrijk om gezamenlijk helder te (blijven) communiceren hoe in Nederland vanuit wenselijkheid en wet- en regelgeving omgegaan wordt met loodalternatieven van verschillende materialen.
- *Duidelijkheid naar producenten over de “gewenste” samenstelling van loodalternatieven:*
Vergelijkbaar met het vorige punt. Producenten vragen regelmatig wat bij een eventueel loodverbod wel en niet toegestaan wordt als alternatief om werpgewichten van te maken. Omdat andere Europese landen zink, tin en koper – de drie meest ter discussie staande materialen – wel accepteren als loodalternatief en de Green Deal partners hebben afgesproken deze materialen niet als milieuvriendelijk te bestempelen, ontstaat ruis, terughoudendheid en onduidelijkheid bij producenten. Dit draagt niet bij aan een snelle transitie naar een loodvrije hengelsport en remt het aanbod. Het is belangrijk om gezamenlijk

helder te (blijven) communiceren hoe in Nederland vanuit wenselijkheid en wet- en regelgeving omgegaan wordt met loodalternatieven van verschillende materialen.

- *Continuïteit en inzet in werkgroep:*

Geconstateerd wordt dat de aanwezigheid en inzet binnen de werkgroep wisselend is geweest en dat daarnaast veel personele wijzigingen hebben plaatsgevonden, wat de voortgang mogelijk heeft geremd. Communicatie is het belangrijkste item bij bewustwording en hier zal meer tijd en energie in moeten worden gestopt om een volledige transitie naar een loodvrije hengelsport te bewerkstelligen. Ook bij een eventueel verbod op de verkoop en/of het gebruik van vislood, is communicatie essentieel. Om de doelgroep van 'zelfgieters' te bereiken, is extra inzet essentieel.

Bewustwording en gedragsverandering vereist lange adem. Duidelijk is dat de trein inmiddels in beweging is. Samenvattend wordt geadviseerd:

- De intensieve en brede communicatie voort te zetten;
- Door te gaan met de voorlichting via verschillende loodvrije evenementen;
- Gerichte acties op te zetten naar specifieke doelgroepen, zoals zelfgieters, producenten, commerciële visvijvers, etc.