

Als meteoroloog van Weeronline heb ik in de periode 2010-2015 zeer prettig samengewerkt met het KNMI op het gebied van weerwaarschuwingen. Destijds was het uitgangspunt van het KNMI om samen te werken aan het verbeteren van de waarschuwingssystematiek en via ons het grote publiek te bereiken. Dit werkte uitstekend, en we hielden elkaar scherp bij het tijdig en zo goed mogelijk waarschuwen. Na het eerste jaar met de code geel/oranje/rood-systematiek vond een evaluatieronde plaats, waarbij we vanuit Weeronline volop de ruimte kregen om verbeteringen voor te stellen. In overleg werd de systematiek vervolgens verder verbeterd.

In de afgelopen jaren is het gevoel van samenwerking vanuit het KNMI echter steeds verder afgenomen. Het KNMI lijkt steeds meer taken naar zich toe te trekken. Dit begon al met de weeradviezen voor de gladheidsbestrijding van Rijkswaterstaat, waarbij een goed functionerende dienstverlening plotseling werd stopgezet. Daarnaast is het KNMI zich steeds meer op de consument gaan richten. Zo concurreert het KNMI de laatste jaren bijvoorbeeld met het uitgebreide weerbericht van Weeronline, ook wanneer het weer geen gevaarlijke elementen bevat. Op dagen met extreem weer zullen we niet klagen dat het KNMI een uitgebreidere tekst en meer informatievoorziening biedt. Maar het feit dat het KNMI standaard weerberichten, dure graphics en artikelen maakt die steeds meer lijken op hoe wij dat bij Weeronline doen, steekt. Bovendien optimaliseert het KNMI zijn content voor zoekmachines (SEO), zodat hun weerberichten boven die van private partijen verschijnen.

Het KNMI ontwikkelt nu met overheidssubsidie consumentenproducten die niets te maken hebben met zijn veiligheidstaak. De volgende stap die met de voorgestelde wijziging wordt genomen, is om standaard verwachte radarbeelden beschikbaar te stellen. Hierdoor ontstaat een complete weerapp, zoals wij die hebben bij Weeronline en Weerplaza.

Het motto waarmee al deze extra consumentenactiviteiten van het KNMI worden uitgerold, is veiligheid. Het KNMI wil dat mensen hun app standaard gebruiken, zodat eenduidige waarschuwingen het publiek bereiken op de momenten dat dit nodig is. Maar waar is het motto van samenwerking met de populaire weerapps gebleven? Het grootste bereik krijg je immers nog steeds door met ons samen te werken. Zonder die samenwerking zal dit niet lukken!

Uit recente flitspeilingen bij code oranje- en code rood-waarschuwingen, uitgevoerd door IPSOS, blijkt ook zeer duidelijk dat mensen de waarschuwingen niet via het KNMI vernemen. Bij storm Conall op 27 november 2024 wist slechts 7 procent ervan via de KNMI-website en 3 procent via de KNMI-app. 17 procent vernam het via een andere weerapp of weerwebsite. Verreweg de grootste groep hoorde het via nieuwspartijen, waarmee wij vanuit Infoplaza (Weeronline en Weerplaza) nauw samenwerken. Kortom: benut de samenwerking met de private weerbedrijven en de aan hen gelieerde mediapartijen, en probeer niet zelf het publiek naar je toe te trekken, KNMI! Dit kost onnodig veel belastinggeld. Steek dat geld liever in samenwerking met de private weerbedrijven om de systematiek en communicatie rondom waarschuwingen te verbeteren, en in onderzoek om de weermodellen verder te verfijnen!