

Blik op veiligheid

Nina Bosboom
ID-code: 1527910

DATUM VAN VERSCHIJNING: 06-06-2011

Politie Gooi & Vechtstreek
Hogeschool Utrecht
Instituut voor Communicatie
Communicatiemanagement
Utrecht

Blik op Veiligheid Onderzoeksrapport

juni 2011

POLITIE
• Gooi en Vechtstreek

Managementsamenvatting

De communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek heeft behoefte aan inzicht in het effect van communicatie over incidenten op het veiligheidsgevoel van de burger. Ook willen zij graag weten hoe de burger de communicatie van de politie over incidenten ingericht wil zien. Dan kunnen de middelen, informatie en communicatie met en naar de burger beter worden afgestemd en kan nog beter gebruik worden gemaakt van de beschikbare middelen en de positie van de organisatie. Dit is allemaal ten voordele van het veiligheidsgevoel van de burger.
In dit geval worden onder burgers de inwoners van de gemeente Huizen verstaan. De gemeente Huizen is een zeer overzichtelijke en actieve gemeente op het gebied van veiligheid en werkt hierbij nauw samen met de politie.
Bij het onderzoek is gebruik gemaakt van een combinatie van deskresearch en fieldresearch. Van begin tot eind is deskresearch verricht, om in te lezen en een optimale verdieping in het onderwerp te genereren. Het fieldresearch is opgedeeld in een kwantitatief en een kwalitatief gedeelte. Het kwantitatieve gedeelte is een enquête en het kwalitatieve gedeelte zijn diepte-interviews. Eerst is de enquête opgestart. Na het analyseren van de resultaten hiervan zijn aan de hand van opvallende uitkomsten diepte-interviews afgenomen met een aantal zorgvuldig geselecteerde respondenten. De doelstelling van het onderzoek is het vergroten van de effectiviteit van de communicatie-inzet voor het versterken van het veiligheidsgevoel.
In dit onderzoeksrapport wordt een uitspraak gedaan over alle inwoners van de gemeente Huizen, dit is de populatie. Uit deze populatie is een steekproef getrokken. Bij het onderzoek is gebruik gemaakt van twee verschillende databestanden, waarin personen geregistreerd staan die tot de populatie van dit onderzoek behoren. In totaal zijn 520 adressen ingezet om respondenten te benaderen. Als aanvulling op de benadering van de personen uit de databestanden is bij dit onderzoek gebruik gemaakt van een combinatie van twee steekproefmethoden: zelfselectie en de sneeuwbalmethode.
Gemeente Huizen scoort op het gebied van veiligheid zeer gemiddeld ten opzichte van de rest van Nederland. Uit de enquête blijkt dat de inwoners van de gemeente Huizen zich over het algemeen veilig voelen. Omdat veiligheidsgevoel subjectief is heeft de communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek bij elk individu een ander effect op het veiligheidsgevoel. 78,4% van de respondenten van de enquête voelen zich veiliger wanneer zij op de hoogte worden gehouden van de werkzaamheden van de politie die plaatsvinden in hun woonomgeving. Aan de hand van de uitkomsten van het onderzoek zijn twee belangrijke aanbevelingen en adviezen opgesteld: communicatie op maat en het verplaatsen van het accent van de informatie. De burger wenst dat het accent meer wordt gelegd op de afhandeling van zaken die hebben gespeeld. Ook heeft de burger behoefte aan meer en snellere interactie met de politie over incidenten die plaatsvinden of hebben plaatsgevonden in hun omgeving. Om de communicatie meer per individu af te stemmen wordt geadviseerd nieuwe, interactieve media in te zetten.
Omdat nieuwe media vaak voor veel mensen zichtbaar zijn en op steeds meer plaatsen te gebruiken zijn, dragen deze media ook bij aan de zichtbaarheid van de politie en daarmee aan het veiligheidsgevoel van de burger. Middelen die hiervoor uitermate geschikt zijn, zijn Facebook en Twitter. Deze middelen kunnen door de politie worden ingezet om aanspreekpunten te creëren, de politie beter vindbaar en zichtbaar te maken en ook om aan de burger te laten zien dat de politie open staat voor interactief contact. Al deze aspecten zullen ertoe leiden dat de drempel die de burger nu ervaart om naar de politie te stappen of om zaken met een politieagent te bespreken wordt verlaagd. Twitter kan ervoor zorgen dat de communicatie tussen burgers en de politie snel verloopt en dat de informatie die wordt doorgegeven betrekking heeft op een bepaalde wijk. De informatie wordt dan, vanuit het perspectief van de burger gezien, een stuk persoonlijker en relevanter. Ook kunnen de burger en de politie elkaar beter en sneller op de hoogte brengen van wat er speelt in de buurt doordat de personen die in een bepaalde wijk wonen en/of werken vaak al weet hebben van wat er speelt in de buurt. Toch moeten de traditionele middelen zoals folders niet uit beeld verdwijnen. Ook deze middelen dragen bij aan de zichtbaarheid van de politieorganisatie.

Voorwoord

Voor u ligt de rapportage van het onderzoek dat ik verricht heb in het kader van de opleiding Communicatiemanagement aan de Hogeschool Utrecht in Utrecht.

Bij deze wil ik iedereen bedanken die een bijdrage heeft geleverd aan de totstandkoming van dit onderzoek. Ik wil graag mijn dank laten uitgaan naar mijn stagebegeleidsters van de politie Gooi en Vechtstreek, Saskia Aupers en Leonie Bosselaar en mijn stagebegeleidster van de Hogeschool Utrecht, Mariëlle van Gelderen. Ook de andere medewerksters van bureau communicatie, Jeanine Elders, Maren Wonder, Suzanne Klein en Annemieke Rebel wil ik bedanken. Jullie hebben mij zeer goed begeleid bij het uitvoeren van het onderzoek, bedankt!

Hilversum, 18-05-2011

Nina Bosboom

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1. Inleiding 4
1.1 De Nederlandse politieorganisatie 4
1.2 Aanleiding en achtergrond van het onderzoek 6
1.3 Afbakening en context 6
1.4 Probleemomschrijving en deelvragen 7
1.5 Operationalisering begrippen 8
1.6 Leeswijzer 8

Hoofdstuk 2. Onderzoeksopzet en methode 9
2.1 Onderzoeksmethoden 9
2.2 Onderzoeksmethode per deelvraag 9
2.3 Opbouw van de enquêtes en de diepte-interviews 10
2.4 Populatie en steekproef 11
2.5 Publiciteit en respons 12
2.6 Betrouwbaarheid 15
2.7 Randvoorwaarden aan het onderzoek 15

Hoofdstuk 3. Resultaten 17
3.1 Samenvatting resultaten deskresearch 17
3.2 Samenvatting resultaten enquêtes 25
3.3 Samenvatting resultaten diepte-interviews 30

Hoofdstuk 4. Conclusie 34
4.1 Beantwoording deelvragen 34
4.2 Beantwoording hoofdvraag 39

Hoofdstuk 5. Aanbevelingen en adviezen 41

Literatuurlijst 44

Bijlagen 45

Hoofdstuk 1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt in paragraaf 1.1 de Nederlandse politieorganisatie beschreven met het korps Gooi en Vechtstreek in het bijzonder. In paragraaf 1.2 worden de aanleiding en achtergrond van het onderzoek nader bekeken. De afbakening en context worden in paragraaf 1.3 beschreven, met een kleine analyse van verwante onderzoeken. In paragraaf 1.4 worden de probleemomschrijving en deelvragen toegelicht. Hoofdstuk 1 eindigt met in paragraaf 1.5 de operationalisering van een aantal belangrijke begrippen en in paragraaf 1.6 een leeswijzer voor het onderzoeksrapport.

In dit rapport wordt een advies uitgebracht over de invulling van de communicatie van de politie over incidenten gericht aan de burger. Het advies is tot stand gekomen door het maken van analyses en het uitvoeren van een onderzoek. Het hoofddoel van dit onderzoeksrapport is de communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek inzicht te geven in de manier waarop communicatie over incidenten op een positieve manier kan bijdragen aan het veiligheidsgevoel van de burger.
Om het doel te bereiken, het formuleren van een advies voor de invulling van de communicatie, wordt stapsgewijs vanuit de kern van het probleem naar een conclusie toegewerkt. Het is belangrijk om bij het onderzoeksproces aandacht te besteden aan wat de burger vindt van de communicatie over incidenten hoe deze momenteel wordt toegepast, hoe de burger de veiligheid tot nu toe heeft beleefd en hoe zij de communicatie met betrekking tot dit onderwerp in de toekomst ingevuld wil zien.

1.1 De Nederlandse politieorganisatie

De politie wordt ingezet bij enorm veel zaken. Politiewerk varieert van het uitdelen van een bekeuring tot het oplossen van moord. Van het tegengaan van vandalisme tot het aanpakken van fraude en mensen- en drugshandel. Een belangrijk kenmerk van het politiewerk is de onvoorspelbaarheid ervan. De politie moet 24 uur per dag inzetbaar zijn en wordt bij haar werk kritisch gevolgd door pers en publiek. Dat is positief, want zo staat de Nederlandse politie voortdurend onder democratische controle. De communicatieafdeling heeft dan ook een grote verantwoordelijkheid bij keuzen die worden gemaakt op het gebied van persvoorlichting (wat wordt naar buiten gebracht en wat niet, woordvoering en mediacontacten), het opzetten van interne en externe projecten, interne communicatie en communicatie met en naar de burger. Deze keuzen moeten dan ook altijd, op elk moment van de dag bij het publiek kunnen worden verantwoord.

Kerntaken van de politie

Sinds de jaren ’70 heeft de politie zich ontwikkeld van een organisatie met een zwaar accent op de opsporing van strafbare feiten naar een organisatie waarin ook preventie meer de aandacht krijgt. Op uitvoerend niveau vervult de politie vanuit haar 24-uurs aanwezigheid en aanspreekbaarheid taken die in eerste instantie bij het maatschappelijk werk, de geestelijke gezondheidszorg en het onderwijs liggen. Wanneer in het kader van het lokaal veiligheidsbeleid andere maatschappelijke organisaties werkzaamheden van de politie overnemen - bijvoorbeeld de opvang van dak- en thuislozen - dan kan de politie zich richten op haar kerntaken. Deze kerntaken zijn in grote lijnen:

- Het verlenen van noodhulp
- Het houden van toezicht in de publieke ruimte
- De daadwerkelijke handhaving van de openbare orde
- Het opsporen van strafbare feiten

Samenwerking

De politie is niet alleen verantwoordelijk voor de veiligheid in ons land, maar maakt onderdeel uit van een zogenaamde 'veiligheidsketen'. De partners in deze keten dragen allemaal bij aan de handhaving en verbetering van de veiligheid. Deze samenwerking is nodig om nog betere resultaten te behalen.[1] De ketenpartners zijn:

- Openbaar Ministerie
- Gemeenten (burgemeesters en wethouders)
- Brandweer
- GGD
- HALT
- Raad voor de Kinderbescherming
- Bureau Jeugdzorg
- Welzijnsinstellingen
- Woningbouwcorporaties
- Onderwijsinstellingen

Politie Gooi en Vechtstreek

De politie Gooi en Vechtstreek is met haar 700 medewerkers het kleinste van de 26 politiekorpsen in Nederland. Het gebied waarin dit korps actief is kent een grote verscheidenheid: van de drukte in Hilversum tot het relatief rustige plattelandsleven in de omliggende gemeenten. Politiewerk wordt gedaan vanuit wijkteams, ondersteund door rechercheteams en specialisten op het gebied van jeugd, verkeer of milieucriminaliteit. Politie Gooi en Vechtstreek betreft twee districten: district Noord en district Zuid. Bijzonderheden in de regio zijn het Gooi, het Mediapark in Hilversum, de Loosdrechtse plassen, de Vecht en veel toerisme in de zomermaanden. Het hoofdbureau van politie Gooi en Vechtstreek is gevestigd in Hilversum, waar ook de communicatieafdeling zich bevindt. Voor een compleet organogram van de Nederlandse politieorganisatie verwijs ik u naar bijlage 2.

Werkgebied

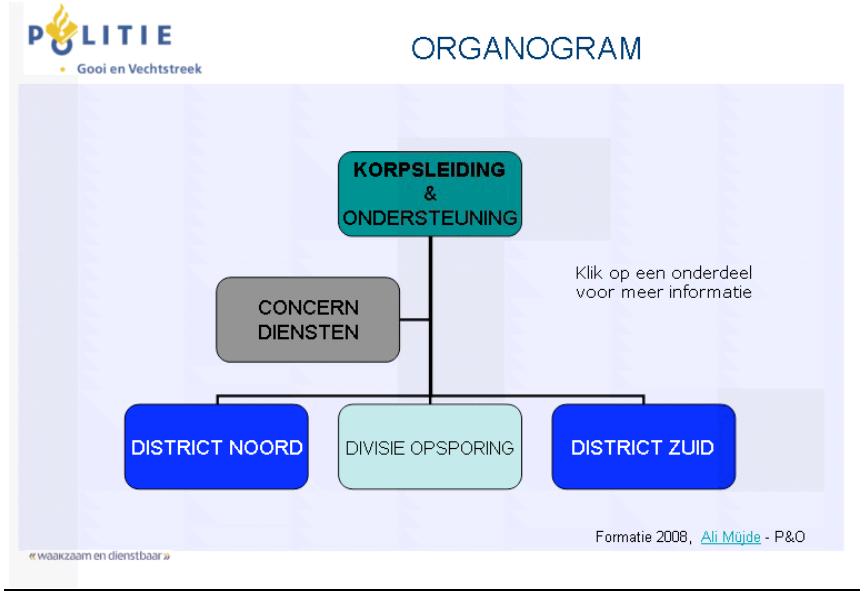
Het werkgebied van korps Gooi en Vechtstreek omvat het Gooi en het zuidelijk gedeelte van het Noord-Hollandse deel van de Vechtstreek. De totale oppervlakte van het werkgebied bedraagt 27.343 km^2 en er wonen ongeveer 242.000 mensen. Korps Gooi en Vechtstreek omvat de volgende negen gemeenten:

1. Hilversum (83.669 inwoners)
2. Blaricum (9.112 inwoners)
3. Bussum (31.308 inwoners)
4. Huizen (41.946 inwoners)
5. Laren (10.979 inwoners)
6. Muiden (6.657 inwoners)
7. Naarden (17.168 inwoners)
8. Weesp (17.558 inwoners)
9. Wijdemeren (23.571 inwoners)

Wijkteams

Net als bij de andere Nederlandse politiekorpsen wordt er bij politie Gooi en Vechtstreek 'gebiedsgebonden' gewerkt. Dat betekent dat een team van agenten zich specifiek met een bepaald gebied bezighoudt. Sinds eind 2007 wordt er gewerkt in wijkteams, zes in totaal. Ieder wijkteam bestaat uit ongeveer veertig agenten, waaronder de wijk- en jeugdagenten.
De wijkagenten en jeugdagenten kennen hun wijk goed, weten wat er speelt en hebben contacten. Zij voeden het wijkteam met hun informatie. Wanneer ze zich niet bezighouden met hulpverlening of calamiteiten tijdens hun dienst, surveilleren de agenten en voeren ze werkopdrachten uit in hun gebied.

[1] www.politiegooi.nl



Figuur 1.1 (Politie Gooi en Vechtstreek, 2008)

1.2 Aanleiding en achtergrond van het onderzoek

Veiligheidsgevoel is een begrip dat moeilijk te definiëren is, omdat elk persoon zich in andere omstandigheden en door andere factoren veilig voelt of juist niet. Communicatie is een zeer invloedrijk, kansrijk en soms zelfs machtig middel. Ook voor het veiligheidsbeleid is communicatie een hele belangrijke factor. Een punt van kritiek aan dit middel is dat er vaak nog gemis aan kennis bestaat over de meest effectieve manier waarop het kan worden ingezet en over hoe gewenste effecten kunnen worden bereikt.[2]

De politie Gooi en Vechtstreek heeft, vooral vanuit de communicatieafdeling, specifiek behoefte aan informatie en inzicht over de door de burger gewenste inrichting van de communicatie. Dit is van groot belang voor het afstemmen van de communicatie met en naar de burger. “Wanneer een politie zelf om een maatschappelijke opdracht vraagt en die met het gezicht naar de samenleving wil functioneren en waar het beschermen van de essentiële waarden van de democratie in de ‘genen’ zit, geeft weinig kans op ontsporing en zal als vanzelf op elk gewenst moment bereid zijn rekening en verantwoording af te leggen aan de samenleving.”[3]

1.3 Afbakening en context

In de managementsamenvatting is aangegeven dat dit onderzoek een uitspraak doet over de inwoners van de gemeente Huizen. Om het onderzoek af te bakenen is een gemeente uit de regio Gooi en Vechtstreek geselecteerd voor het uitvoeren van het onderzoek: de gemeente Huizen. Deze keuze is gemaakt om het feit dat de gemeente Huizen een overzichtelijke en actieve gemeente is op het gebied van veiligheid. Gemeente en politie werken nauw samen.

Een zeer vooraanstaand onderzoek met als onderwerp veiligheid en veiligheidsgevoel is de Integrale Veiligheidsmonitor (IVm). De IVm is een jaarlijks terugkerend bevolkingsonderzoek naar veiligheid, leefbaarheid en slachtofferschap op landelijk, regionaal en lokaal niveau. Er is een lokaal onderzoek van de gemeente Huizen beschikbaar over het jaar 2009.[4] Dit onderzoek bevat veel bruikbare informatie over de objectieve en subjectieve veiligheid. Deze informatie is meegenomen in het onderzoek voor de vergelijking van de objectieve en subjectieve veiligheid in de gemeente Huizen.

Een ander document dat veel waardevolle informatie bevat over de veiligheid in de gemeente Huizen is de Kadernota Integraal Veiligheidsbeleid van 2011-2014.[5] Deze kadernota schetst de kaders voor de te realiseren ambities op veiligheidsgebied binnen de gemeente Huizen tot en met het jaar 2014. Onder integraal veiligheidsbeleid wordt het systematisch en samenhangend werken aan het behoud en de verbetering van de sociale veiligheid verstaan, die onder de

[2] http://www.pinpoint.nl/Crisismanagement/crisiscommunicatie.htm

[3] Zwart, C. (2004). *Over het wezen van de Nederlandse politie. Gesprekken met Ries Straver.* Hollands Midden Leiderdorp: politie. Bladzijde 133.

[4] Dimensus beleidsonderzoek (2010). Integrale Veiligheidsmonitor 2009 Gooi en Vechtstreek. Breda: Dimensus.

[5] Gemeente Huizen (2010). Kadernota Integraal Veiligheidsbeleid 2011-2014: “Veilig Huizen en Veilig Houden!”. Huizen.

verantwoordelijkheid van de gemeente vallen. Het veiligheidsbeleid van de gemeente Huizen is in vier veiligheidsvelden opgebouwd:

- Veilige woon- en leefomgeving
- Bedrijvigheid en veiligheid
- Jeugd en veiligheid
- Integriteit en veiligheid

In de kadernota worden per veiligheidsveld speerpunten geformuleerd.

Randvoorwaarden

- Start van het onderzoek: november 2010
- Eind van het onderzoek: mei 2011

1.4 Probleemomschrijving en deelvragen

Om een zo goed mogelijke invulling te kunnen geven aan de probleemomschrijving is het van groot belang bij de basis te beginnen, zodat eventuele onduidelijkheden in een zo vroeg mogelijk stadium worden weggenomen. Vanuit de probleemomschrijving zijn de beleidsdoelstelling, de probleemstelling, de onderzoeksvragen en de deelvragen opgesteld. Een uitwerking van deze aandachtspunten geeft het antwoord op de probleemomschrijving. De onderzoeksvragen zijn opgedeeld in deelvragen op drie onderzoeksgebieden. Dit zijn de objectieve veiligheid, de subjectieve veiligheid en de communicatie.

Beleidsdoelstelling

Het versterken van de effectiviteit van de communicatie-inzet voor het vergroten van het veiligheidsgevoel.

Probleemstelling

Het is onbekend welk effect de communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek heeft op het veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen.

Onderzoeksvragen

1. Welk effect heeft de communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek op het veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen?

2. Hoe kan de politie Gooi en Vechtstreek haar communicatie inzetten om het veiligheidsgevoel van de burger op een positieve manier te beïnvloeden?

Deelvragen

1. Hoe veilig is het in de gemeente Huizen?

* De variabele veiligheid valt in dit geval onder de objectieve veiligheid.

2. Hoe veilig voelden burgers in de gemeente Huizen zich in het jaar 2010?

* De variabele veiligheid valt in dit geval onder de subjectieve veiligheid.

- Wat verstaat de burger onder veiligheid?
- Hoe veilig heeft de burger zich het afgelopen jaar gevoeld?
- Welke factoren beïnvloeden dit?

3. Welke rol speelt de communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek in de veiligheidsbeleving van de burger?

- Wat communiceert de politie Gooi en Vechtstreek nu met betrekking tot incidenten?
- Hoe communiceert de politie Gooi en Vechtstreek?
- Is de communicatie per doelgroep afgestemd?
- Wat wil de burger dat er gecommuniceerd wordt? Waarom?

1.5 Operationalisering begrippen

Bij het concretiseren van de variabelen is het van belang de gebruikte begrippen te operationaliseren. De begrippen uit de vraagstellingen worden zo uitgewerkt in concrete meetinstructies.

Objectieve veiligheid

Veiligheid die objectief vaststelbaar is, bijvoorbeeld aan de hand van het aantal geregistreerde inbraken. Het werkelijke bestaan van en de werkelijke kans op slachtofferschap van misdrijven, rampen en ongevallen.

Subjectieve veiligheid

De mate waarin iemand zich veilig voelt, ook wel het veiligheidsgevoel genoemd. Het is de beleving van de objectieve veiligheid. Indicatoren hiervoor kunnen zijn of iemand het gevoel heeft dat hij zich prettig kan bewegen over straat en dat hij zich veilig voelt in zijn woning.

Huizen

Een dorp in het Gooi (regio Gooi en Vechtstreek). Per 1 januari 2010 telde de gemeente Huizen 41.946 inwoners.

Burger

Een inwoner van een gemeente, stad, dorp, staat of land. In feite is iedereen een burger.

Factoren

Omstandigheden die invloed op iets uitoefenen.

Politie Gooi en Vechtstreek

Één van de 26 politiekorpsen in Nederland.

Beïnvloeden

Invloed uitoefenen op iets of iemand. Iets of iemand proberen te veranderen of aan te passen.

Communicatie

De productie, uitwisseling en betekenisgeving van boodschappen tussen mensen, die plaats vindt binnen een context van informationele, relationele en situationele factoren met als doel elkaar te beïnvloeden. Communicatie verloopt via communicatiemiddelen zoals bijvoorbeeld geluid, spraak, lichaamstaal of media.

Doelgroep

De groep die men met een bepaalde aanpak wil bereiken of de groep waarop een bepaalde actie is gericht. Meestal wordt voor het bereiken van een doel bij een bepaalde doelgroep de communicatie en -middelen per doelgroep afgestemd.

Afstemmen

Activiteiten en plannen onderling aanpassen en in overeenstemming brengen.

1.6 Leeswijzer

In hoofdstuk twee wordt aandacht besteed aan de onderzoeksopzet. Per deelvraag wordt toegelicht welke onderzoeksmethoden zijn toegepast en hoe. Ook de opbouw van de enquêtes en de diepte-interviews, populatie en steekproef, publiciteit en respons, betrouwbaarheid en de randvoorwaarden aan het onderzoek komen aan bod.
De resultaten van de enquêtes en de diepte-interviews staan in hoofdstuk drie. Het betreft de uitkomsten en samenvattingen van het kwantitatieve- en kwalitatieve onderzoek.
De conclusies worden uitgeschreven in hoofdstuk vier. Hier worden de hoofd- en deelvragen beantwoord.
Het laatste hoofdstuk, hoofdstuk vijf, betreft de aanbevelingen en adviezen. Per advies wordt uitgelegd hoe dit advies tot stand is gekomen en hoe het kan worden uitgevoerd.
Het rapport eindigt met een literatuurlijst gevolgd door de bijlagen.

Hoofdstuk 2. Onderzoeksopzet en methode

In dit hoofdstuk wordt de onderzoeksopzet verantwoordt. Bij het onderzoek is gebruik gemaakt van een combinatie van verschillende onderzoeksmethoden. Dit wordt in paragraaf 2.1 beschreven. In paragraaf 2.2 wordt per deelvraag toegelicht welke onderzoeksmethoden zijn toegepast om de vraag zo realistisch mogelijk te kunnen beantwoorden. Paragraaf 2.3 gaat dieper in op de opbouw van de enquêtes en de diepte-interviews. In paragraaf 2.4 wordt de populatie omschreven en de steekproefgrootte berekend. Paragraaf 2.5 omvat de publiciteit en respons van het onderzoek. In paragraaf 2.6 wordt ingegaan op de betrouwbaarheid van het onderzoek. Tot slot worden in paragraaf 2.7 de randvoorwaarden en beperkingen beschreven.

2.1 Onderzoeksmethoden

Om te weten te komen welk effect communicatie heeft op het veiligheidsgevoel van de inwoners van de gemeente Huizen is een combinatie gemaakt van verschillende onderzoeksmethoden. Deze combinatie bestaat uit:

A. Deskresearch

Het onderzoek start met deskresearch om verdieping en inzicht in het onderwerp te krijgen en vertrouwd te raken met het onderwerp.

B. Kwantitatief onderzoek → enquêtes

De volgende stap bestaat uit het kwantitatieve deel van het onderzoek, het afnemen van een online enquête. Hiermee wordt een meetbaar beeld gecreëerd van de veiligheidsgevoelens van de inwoners van de gemeente Huizen. De enquête staat in bijlage 3.

C. Kwalitatief onderzoek → diepte-interviews

Het laatste deel van het onderzoek is het kwalitatieve gedeelte. Dit zijn de halfgestructureerde diepte-interviews. Dit onderdeel zorgt voor verdieping in het onderzoek, om een toelichting en verantwoording te kunnen geven over en aan de uitkomsten van de enquête. Voor de opzet van het interview verwijs ik u naar bijlage 5.

2.2 Onderzoeksmethoden per deelvraag

1. Hoe veilig is het in de gemeente Huizen ten opzichte van de rest van Nederland?

Omdat het hier om de objectieve veiligheid gaat is het van belang met cijfers te kunnen aantonen hoe veilig de gemeente Huizen in werkelijkheid is. Door het verrichten van deskresearch kunnen rapporten en onderzoeken worden ingezien die betrekking hebben op acties die zijn en worden ondernomen om de veiligheid in de gemeente te vergroten. Zo kan een beeld worden gevormd van de werkelijke veiligheid zoals deze in kaart is gebracht. In de Integrale Veiligheidsmonitor van de regio Gooi en Vechtstreek zijn criminaliteitscijfers en de kans op slachtofferschap van en in de gemeente Huizen opgenomen. Het meetbaar maken van deze deelvraag is van belang, omdat hierdoor een vergelijking van de objectieve en subjectieve veiligheid mogelijk wordt gemaakt.

2. Hoe veilig voelden burgers in de gemeente Huizen zich in het jaar 2010?

- Wat verstaat de burger onder veiligheid?
- Welke factoren beïnvloeden dit?

Het gaat hier om de subjectieve veiligheid, de veiligheid hoe burgers die ervaren in de gemeente Huizen. Door deskresearch wordt inzicht verkregen in onderzoeken met betrekking tot het veiligheidsgevoel van de burger. Ook het onderdeel veiligheidsgevoel is opgenomen in de Integrale Veiligheidsmonitor. De uitkomsten van dit onderzoek kunnen worden meegenomen in de vergelijking van objectieve en subjectieve veiligheid.
Door kwantitatief onderzoek, in dit geval het afnemen van enquêtes, wordt inzicht verkregen in hoe veilig de burgers zich voelen en waarom. De uitkomsten worden meetbaar gemaakt en in overzichtelijke tabellen en grafieken weergegeven.
Kwalitatief onderzoek, in dit geval halfgestructureerde diepte-interviews met een aantal respondenten, draagt bij aan de diepgang van het onderzoek. Het is van belang niet alleen oppervlakkig onderzoek te doen, maar ook echt op de problematiek in te gaan om eventuele onderliggende gevoelens en meningen ook mee te nemen in het onderzoek. Diepte-interviews achterhalen vrij nauwkeurig wat er bij de respondent speelt. Bij

elk volgend interview dat wordt afgenomen komen nieuwe inzichten naar voren. Bij een aantal interviews stabiliseert het resultaat en wordt de grote lijn zichtbaar. Dan worden de resultaten generaliseerbaar naar een grotere groep.

3. Hoe kan de politie Gooi en Vechtstreek het veiligheidsgevoel van de burgers in de gemeente Huizen beïnvloeden door middel van communicatie?

- Wat communiceert de politie Gooi en Vechtstreek nu met betrekking tot incidenten?
- Hoe communiceert de politie Gooi en Vechtstreek dit?
- Is de communicatie per doelgroep afgestemd?
- Wat wil de burger dat er vanuit de politie gecommuniceerd wordt met betrekking tot incidenten? Waarom?
- Hoe kan communicatie een bijdrage leveren aan het veiligheidsgevoel van de burger?

Met deskresearch kan voor een groot deel worden uitgezocht wat politie Gooi en Vechtstreek communiceert op het gebied van veiligheid en via welke middelen deze communicatie plaatsvindt. Toch is het waarschijnlijk dat hierbij zaken zoals onderliggende motieven of gevoelens van personen over het hoofd worden gezien, welke door kwalitatief onderzoek (het afnemen van diepte-interviews) wel naar voren komen.

2.3 Opbouw van de enquêtes en de diepte-interviews

Enquêtes

Bij het opstellen van de enquête is rekening gehouden met het grote belang van de opbouw ervan. De routing van de vragenlijst is goed overdacht om ergernis en misverstanden bij respondenten te voorkomen.[6] Hieronder staat aangegeven hoe de structuur van de enquête in elkaar zit:

- Algemene informatie
- Veiligheidsschaal[7]
- Houding ten aanzien van politie
- Informatie profiel
- Veiligheid en communicatie

Het zijn allemaal meerkeuzevragen.

Kwalitatieve diepte-interviews

Bij de interviews is dezelfde volgorde aangehouden. Ook hier is een kop algemene informatie opgenomen. Deze wordt opgevolgd door open vragen over het informatieprofiel en veiligheid en communicatie.

- Algemene informatie
- Informatie profiel
- Veiligheid en communicatie

Het zijn allemaal open vragen, gebaseerd op de uitkomsten van de enquêtes.

De diepte-interviews worden "face-to-face" afgenomen. Zo kan ook de non-verbale communicatie als gezichtsuitdrukkingen en lichaamshouding in de resultaten worden meegenomen. Bij de diepte-interviews zijn er naast de specifiek geformuleerde vragen over het gespreksthema ook een aantal vrij geformuleerde vragen opgenomen. Over het onderwerp veiligheid bestaan sterke sociale normen en individuele meningen spelen een grote rol bij het veiligheidsgevoel van een persoon. Diepte-interviews zijn zeer geschikt om in te zetten bij thema's waarbij deze normen en meningen sterk verschillen binnen een doelgroep.

[6] Routing: de vragen in een vragenlijst volgen elkaar op een logische manier op.

[7] Dit begrip wordt toegelicht onder het kopje *"Veiligheidsschaal"* in dit hoofdstuk.

Respondenten

De halfgestructureerde diepte-interviews zijn bij drie zorgvuldig geselecteerde respondenten afgenomen. Een aantal respondenten van de enquête hebben via een e-mail gereageerd op het onderwerp veiligheid met betrekking tot hun persoonlijke situatie of hun interesse in het onderzoek. Uit deze reacties zijn de drie meest interessante uitgenodigd voor een interview. Ook is een wijkagent uitgenodigd voor een interview, tevens inwoner van de gemeente Huizen, om het onderzoek ook vanuit een ander perspectief te bekijken en zo tot nieuwe inzichten te komen. Wegens ziekte heeft een van de interviews met de respondenten van de enquête niet door kunnen gaan.

Veiligheidsschaal

Bij de enquêtes en de interviews wordt gebruik gemaakt van een veiligheidsschaal. De respondent kan op een schaal van 1 (voelt zich onveilig) tot 5 (voelt zich veilig) invullen in welke mate deze persoon zich het afgelopen jaar veilig of onveilig heeft gevoeld. Hierdoor kan het veiligheidsgevoel van de inwoners van de gemeente Huizen meetbaar gemaakt worden.

2.4 Populatie en steekproef

Populatie

Met dit onderzoek wordt een uitspraak gedaan over alle inwoners van de gemeente Huizen, omdat het effect van communicatie op hun veiligheidsgevoel wordt onderzocht en er een advies wordt opgesteld dat betrekking heeft op de inrichting van de communicatie naar hun wensen en behoeften. Dit is de populatie.
Om van al deze 41.946 mensen hun mening, achtergronden en ideale situatie te onderzoeken is zeer tijdrovend en het is bijna onmogelijk om alle inwoners te bereiken. Om deze reden is uit de populatie een steekproef getrokken.

Steekproef

Bij dit onderzoek is gebruik gemaakt van twee verschillende databestanden, waarin personen die tot de populatie van dit onderzoek behoren geregistreerd staan. Het gaat om de volgende twee databestanden:

- 100 woonadressen verkregen via een aselecte steekproef uit het gemeentebestand van de gemeente Huizen (Gemeentelijke basisadministratie = GBA).
- 420 e-mailadressen uit het adressenbestand van de abonnees op de digitale nieuwsbrief van de politie.

Al deze 520 adressen zijn ingezet om respondenten te benaderen. De link naar de enquête is per e-mail of brief naar de adressen verstuurd.

Als aanvulling op de benadering van de personen uit de databestanden is bij dit onderzoek gebruik gemaakt van een combinatie van twee steekproefmethoden[8]:

1. Zelfselectie

Een eis die wordt gesteld aan de personen die de enquête invullen is dat ze woonachtig moeten zijn in de gemeente Huizen. In de Huizer Courant en op de website van de gemeente Huizen is een oproep gedaan naar mensen die aan deze eis voldoen. Deze personen konden de enquête op eigen initiatief eenmalig invullen.

[8] Verhoeven, N. (2008). *Wat is onderzoek?* Amsterdam: Boom Uitgevers. Bladzijde 159.

2. De sneeuwbalmethode

Bij deze methode wordt gebruik gemaakt van netwerken. Mensen die bij het onderzoek zijn betrokken zijn verzocht om personen die aan de eis voldoen dat ze woonachtig zijn in Huizen te vragen ook de enquête in te vullen. Wanneer binnen de politieorganisatie iemand aangaf in Huizen te wonen werd deze persoon verzocht vrienden, familie en relaties te attenderen op het onderzoek. Wanneer respondenten op het onderzoek reageerden door een e-mail te sturen werd hetzelfde verzocht.

2.5 Publiciteit en respons

Om de resultaten van het onderzoek zo overzichtelijk mogelijk weer te geven is een abonnement afgesloten met Survey Monkey.[9] Bij deze methode wordt een link aangemaakt, waar mensen via internet naartoe kunnen gaan en waar ze vervolgens online de enquête kunnen invullen. Belangrijk hierbij is dat de link niet geheel openbaar gemaakt wordt, omdat het onderzoek pas betrouwbaar is als alleen de inwoners van de gemeente Huizen de enquête invullen. Daarom zijn door de gemeente Huizen 100 woonadressen en 420 e-mailadressen beschikbaar gesteld. Samenvattend is bij het werven van respondenten gebruik gemaakt van:

- 100 woonadressen verkregen via een aselecte steekproef uit het gemeentebestand. Omdat dit niet om e-mailadressen maar om woonadressen gaat, is een begeleidende brief plus de link naar de website waar aan de enquête kan worden deelgenomen gestuurd.
- 420 e-mailadressen uit het bestand waarin de adressen van de abonnees op de digitale nieuwsbrief van de politie zijn opgenomen. Zo kunnen mensen bij het openen van de mail doorklikken naar de link waarin de enquête kan worden ingevuld.

Om de respons op de enquête zo groot mogelijk te maken is het van belang draagvlak voor het onderzoek te creëren bij de inwoners van de gemeente Huizen. Hierbij is het belangrijk dat de doelgroep in een zo vroeg mogelijk stadium bij het onderzoek wordt betrokken, zodat zij zich bewust worden van het belang van het onderzoek. Hierop is contact gelegd met een drietal wijkagenten van de gemeente Huizen en met een communicatiemedewerkster van de gemeente Huizen. Met de wijkagenten zijn oriënterende gesprekken gevoerd over hun wijk om te kijken of de wijken zodanig van elkaar verschilden dat hier in het onderzoek rekening mee gehouden moest worden. Dit bleek niet zo te zijn, omdat het allemaal vrij rustige wijken betreft zonder veel opvallende zaken. Met de communicatiemedewerkster van de gemeente Huizen is gesproken over de grens van de verantwoordelijkheid op het gebied van voorlichting, preventie en handhaving tussen de politie en de gemeente. Ook is, met communicatiemedewerkers van de politie Gooi en Vechtstreek en met communicatiemedewerkers van de gemeente Huizen, gesproken over de opzet van een communicatieplan over het zo effectief mogelijk benaderen van de doelgroepen.

Wanneer deze partijen het belang van het onderzoek begrijpen en inzien wat het antwoord is op de vraag “what’s in it for me?”, is de kans op medewerking van hun kant groter. Er worden een aantal middelen ingezet om het doel te behalen:

- Een interview in de Huizer Courant

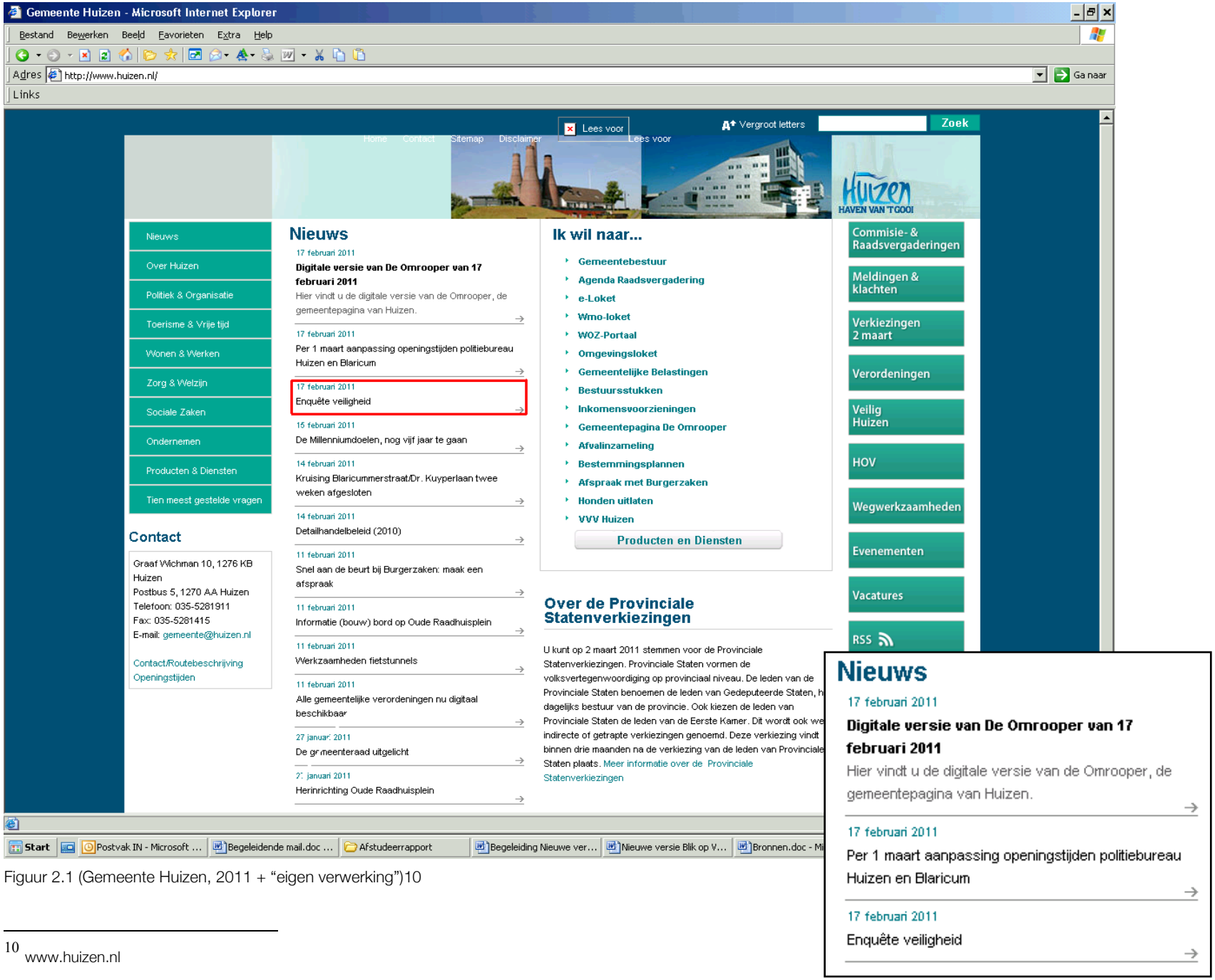
Waarin de aanleiding en het doel van het onderzoek aan de burger wordt uitgelegd. Ook is een oproep aan de inwoners van de gemeente Huizen gedaan met de vraag of zij bereid zijn deel te nemen aan de enquête.

- Een oproep op de website van de gemeente Huizen

Op de website van de gemeente Huizen is een oproep geplaatst. Zo wordt het onderzoek van te voren bij de burgers van Huizen aangekondigd en wordt de aanleiding en het doel van het onderzoek toegelicht. Ook bij dit bericht wordt een link naar de website van Survey Monkey gevoegd, zodat de inwoners de mogelijkheid krijgen direct aan de enquête deel te nemen.

- Begeleidende brief
  - Deze zijn naar de 100 woonadressen gestuurd. De brief bevat informatie over de aanleiding en het doel van het onderzoek.
- Begeleidende mail
  - Deze is naar de 420 e-mailadressen gestuurd en bevatte dezelfde informatie als de begeleidende brief.
- Onder de deelnemers van de enquête werd een hotelovernachting verloot, om drempel voor mogelijke respondenten te verlagen.

[9] Een online enquête host die de resultaten van ingevulde enquêtes automatisch in overzichtelijke tabellen en grafieken verwerkt.

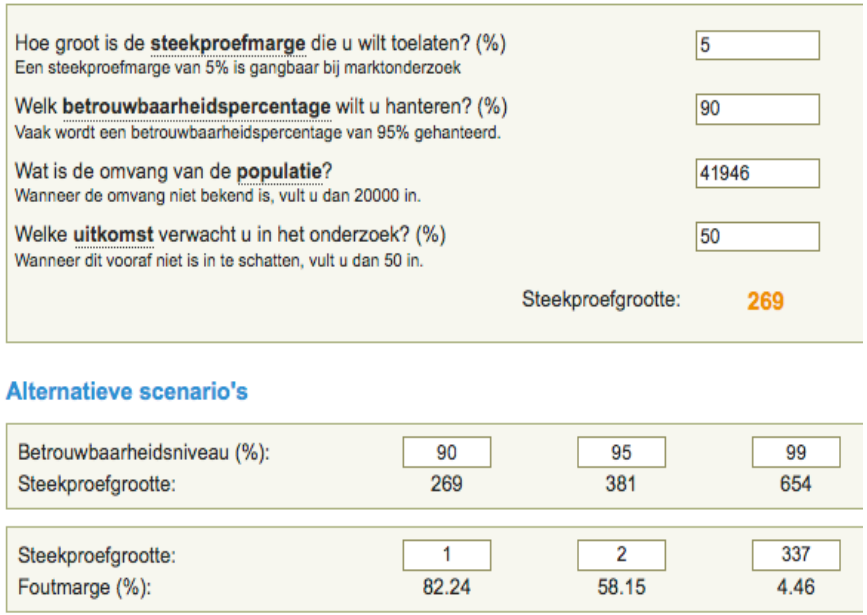


Figuur 2.1 (Gemeente Huizen, 2011 + “eigen verwerking”)10

10 www.huizen.nl

Verwachte respons

De verwachte respons op de enquête is uitgerekend door de steekproefmarge (5%), het betrouwbaarheidspercentage (90%), de populatie (41946) en de verwachte uitkomst (50%) in te voeren in een steekproefcalculator.



Figuur 2.2 (Alles over Marktonderzoek, 2011)11

Werkelijke respons

De respons van het onderzoek is het aantal respondenten maal honderd, gedeeld door het aantal benaderde eenheden. In dit geval zijn 520 mensen benaderd, waarvan 223 mensen aan het onderzoek hebben deelgenomen door de enquête in te vullen.

De respons ligt dus op: 223 * 100% = 223.00.
223.00 / 520 = 42,9%.

Bij internetenquêtes wordt meestal uitgegaan van een respons van 30%. 42,9% is dus hoog voor een internetenquête.[12]

[11] www.allesovermarktonderzoek.nl

[12] Verhoeven, N. (2008). *Wat is onderzoek?* Amsterdam: Boom Uitgevers. Bladzijde 160.

2.6 Betrouwbaarheid

Bij dit onderzoek is een betrouwbaarheid van 90% gehanteerd. Dit wil zeggen dat als het onderzoek 100 keer zou worden herhaald, het met zekerheid 90 keer hetzelfde resultaat zou opleveren. Een andere manier om dit te zeggen is dat in 18 van de 20 gevallen de resultaten overeenkomen met de realiteit.
Officieel is dit onderzoek niet betrouwbaar, omdat de berekende steekproefgrootte niet overeenkomt met de werkelijke respons op het onderzoek. Dit wordt in §2.7 verantwoord. Dat betekent niet dat het onderzoek geen betrouwbaar beeld geeft van wat de inwoners van de gemeente Huizen vinden, voelen en willen. De uitkomsten van de enquête zijn bij respondenten getoetst aan de hand van diepte-interviews. Hierbij werden de uitkomsten voorgelegd aan personen die de enquête wel hadden ingevuld en aan personen die deze niet had ingevuld. Zowel de personen die de enquête wel hadden ingevuld als de personen die de enquête niet hadden ingevuld waren het eens met de meest voorkomende antwoorden op de vragen.

2.7 Randvoorwaarden en beperkingen

Gegevens

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag zijn gegevens gebruikt over de jaren 2009 en 2010. De reden hiervoor is dat de bestaande cijfers met betrekking tot veiligheid geldig zijn over het jaar 2009, simpelweg omdat de cijfers over het jaar 2010 nog niet beschikbaar zijn. Omdat het voor de organisatie van belang is de conclusie en aanbevelingen op te stellen vanuit de meest actuele situatie, is bij het uitvoeren van het fieldresearch naar meningen, bevindingen en gevoelens over het jaar 2010 gevraagd.

Betrouwbaarheid

Volgens de steekproefcalculator is het aantal respondenten onvoldoende. Hier moet bij worden vermeld dat de enquête enkele weken eerder dan gepland is afgesloten. Dit vanwege het feit dat een journalist de link naar de enquête in de Gooi en Eemlander heeft geplaatst, waardoor geen zicht meer bestond op waar de mensen die de enquête invulden woonachtig waren. Omdat bij het online beheren van de enquête een optie bestaat waarbij de respons gefilterd kan worden vanaf een bepaalde datum (de respondenten die de enquête na deze datum hebben ingevuld worden dan niet meer in de onderzoeksresultaten opgenomen), zijn de resultaten nog wel betrouwbaar, maar voldoet de steekproefgrootte niet aan de eisen van de steekproefcalculator.
Ook de samenstelling van de respondenten bij dit onderzoek leveren een goede bijdrage aan de betrouwbaarheid. Onder de respondenten is sprake van een goede man/vrouwverdeling: 61,3% van de respondenten is man en 38,7% van de respondenten is vrouw. De leeftijden van de respondenten zijn goed verspreidt: 6,3% is tussen de 15 en 30 jaar, 32,9%% is tussen de 30 en 50 jaar, 40,5% is tussen de 50 en 65 jaar en 20,3% is 65+. Ook zijn de respondenten goed verdeeld qua wijkverdeling en woonsituatie. Voor meer informatie verwijs ik u naar bijlage 4.

Alternatieve scenario's

Betrouwbaarheidsniveau (%):	90	95	99
Steekproefgrootte:	269	381	654
Steekproefgrootte:	223	2	337
Foutmarge (%):	5.49	58.15	4.46

Figuur 2.3 (Alles over Marktonderzoek, 2011)

Respons

247 respondenten zijn aan de enquête begonnen, maar niet elke respondent heeft de enquête volledig ingevuld. Het aantal respondenten dat de volledige enquête heeft ingevuld is 223. De resultaten van het onderzoek zijn dan ook gebaseerd op 223 respondenten. Figuur 3.2 geeft aan wat in dit geval de foutmarge is: 5.49.

Steekproef

Er bestaat een kans dat de e-mails en brieven die naar de e-mail- en woonadressen van de twee databestanden zijn verstuurd elkaar hebben overlapt. Om te voorkomen dat dit de uitkomsten van het onderzoek beïnvloedde is bij de enquête een optie ingesteld die ervoor zorgde dat elke respondent één keer de mogelijkheid kreeg om de enquête in te vullen.

Hoofdstuk 3. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de meest opvallende resultaten van het onderzoek weergegeven. In paragraaf 3.1 komen de belangrijkste resultaten van het deskresearch aan bod. Deze paragraaf is ingedeeld op resultaten van deskresearch met betrekking tot communicatiemiddelen, objectieve veiligheid, subjectieve veiligheid en de belangrijkste problemen in de buurt. Paragraaf 3.2 beschrijft de meest opvallende resultaten van het kwantitatieve fieldresearch gedeelte: de enquêtes. Ten slotte worden in paragraaf 3.3 de belangrijkste resultaten van het kwalitatieve fieldresearch gedeelte, de kwalitatieve diepte-interviews, weergegeven. Voor een compleet overzicht van de resultaten van de enquête verwijs ik u naar bijlage 4. Voor de uitgewerkte diepte-interviews verwijs ik u naar bijlage 6.

3.1 Samenvatting resultaten deskresearch

De medewerkers van de communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek maken gebruik van een combinatie van communicatiemiddelen. Afhankelijk van het communicatiedoel, de communicatieboodschap en andere factoren wordt per project een mix gemaakt van in te zetten middelen. De meeste van deze middelen worden bij alledaagse werkzaamheden ingezet.

A. Communicatiemiddelen

Persberichten

Persberichten zijn een van de belangrijkste communicatiemiddelen van de communicatieafdeling van de politie. De politieorganisatie heeft als groot voordeel dat vrijwel alles dat via een persbericht naar buiten wordt gebracht wordt overgenomen door de media.
Er zijn verschillende soorten persberichten.[13] Aankondigingen, nieuwsberichten, achtergrondinformatie, persverklaringen, brieven/ rapporten en artikelen. De communicatieafdeling van de politie maakt vooral gebruik van aankondigingen, nieuwsberichten en achtergrondinformatie.
In deze persberichten wordt informatie naar buiten gebracht over (verkeers)ongevallen, overvallen, inbraken, branden, plof- en ramkraken[14] en andere calamiteiten. Ook wordt via dit middel informatie verstrekt over evenementen die de politieorganisatie organiseert en over de lancering van nieuwe projecten.

Folders/flyers

Deze traditionele middelen worden in heel veel situaties ingezet. Informatie- en voorlichtingsfolders over zeer uiteenlopende onderwerpen liggen vrijwel altijd bij de balie van de hoofdingang en zijn ook altijd voorradig bij de communicatieafdeling. De folders en flyers worden uitgedeeld op evenementen, bij spreekbeurten of bij verwante organisaties afgegeven. Het folderbestand wordt nauwkeurig bijgehouden op actualiteit en relevantie. Enkele voorbeelden van onderwerpen die in folders en flyers behandeld worden zijn preventie van woninginbraak, praktische informatie bij het kopen of huren van een nieuwe woning zoals een meterkastkaart, hoe het proces van aangifte doen verloopt, hoe de verschillende hulpinstanties van de politie te bereiken zijn (bijvoorbeeld Slachtofferhulp) en informatie over evenementen die door de politie worden georganiseerd.

Posters

Posters worden vooral projectmatig ingezet. Hierbij wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen interne- en externe projecten of evenementen. Bij interne projecten of evenementen worden de posters over de verschillende wijkteams verdeeld en in alle politiebureaus in de regio opgehangen. Bij externe projecten en evenementen worden posters vaak opgehangen in openbare ruimten als scholen, vestigingen van de VVV, postkantoren, bibliotheken, bussen (busreclame) en in bushokjes als abri's.

[13] Boon, G., Brants, K. en de Graaf, J. (1996). *Het mediaboek. Hoe kom je in de media?* Alphen aan den Rijn: Drukkerij Haasbeek. Bladzijde 109.

[14] Bij een plofkraak laten criminelen gas door het geldluik naar binnen lopen. De geldautomaat wordt tot ontploffing gebracht waarna de bankbiljetten kunnen worden meegenomen. Een ramkraak is een overval op een bank, juwelier of een ander bedrijf waarbij men zich met een zwaar voertuig toegang verschaft tot het gebouw.

Huis-aan-huisblad

Een keer in de zoveel tijd brengt de politie een huis-aan-huisblad uit: de politiewijzer. Dit is een blad met daarin informatie over de zogeheten ABC-onderwerpen. Hierbij staat "A" voor auto-inbraken, "B" voor bellen in de auto en "C" voor criminaliteit. Dit huis-aan-huisblad wordt door adverteerders gefinancierd. Ook staan hier geregeld interviews met en columns van wijkagenten in.

Internet

De politie heeft een algemene website: www.politie.nl. Op deze website staat algemene informatie over de politie zoals het actuele nieuws per regio, opsporingsberichten, het doen van aangifte en informatie over de Nederlandse politieorganisatie. Ook bestaat de mogelijkheid om via de algemene website door te klikken naar de website van een van de korpsen. Politie Gooi en Vechtstreek heeft daarnaast ook nog een eigen externe website, www.politiegooi.nl, waar specifiek informatie te vinden is over vacatures en werken bij dit korps.
De politie maakt ook zeer actief gebruik van het intranet. Hier worden bijvoorbeeld per dag de persberichten op geplaatst die naar de media zijn verstuurd, verwijzingen naar actuele artikelen en algemene informatie dat intern van belang is.
Voorheen maakte de politie Gooi en Vechtstreek gebruik van een digitale politienieuwsbrief per e-mail. Dit staat momenteel stil omdat, in- en extern, te weinig input werd geleverd voor de invulling van de nieuwsbrief.

Hyves (jeugdagent)

De jeugdagent van de gemeente Huizen heeft ervoor gekozen een Hyves-pagina aan te maken. Bekendheid bij de Blaricumse en Huizer jeugd is één doel. Een ander doel is goed contact krijgen met de jongeren. Soms levert dat een voordeel op voor de politieagent. 'Zo had, na een bericht op Hyves over een vechtpartij, de dader zich binnen twee minuten gemeld. Het gaat om vertrouwen.' Ook houdt de jeugdagent hiermee een oogje in het zeil. Hij signaleert problemen thuis en probeert dan samen met de jeugd een oplossing te zoeken. Verder geeft hij tips en voorlichting, bijvoorbeeld over het afsteken van vuurwerk.[15]

SMS-Alert

SMS-Alert is een gratis SMS-service waarmee de politie een SMS-bericht stuurt wanneer bijvoorbeeld in een wijk een inbreker is gezien of een persoon wordt vermist. Mensen die zich op de website hebben aangemeld voor deze SMS-service worden dan per SMS gealarmeerd en gevraagd of zij iets hebben gezien of gehoord. SMS-Alert wordt in meerdere politiekorpsen ingezet. SMS-Alert is in de regio Gooi en Vechtstreek in alle gemeenten actief.

Twitter

Politie Gooi en Vechtstreek heeft een algemeen Twitter account: politiegv.[16] Dit account is door verschillende agenten van het korps in gebruik en heeft 422 volgers. Het account wordt vooral ingezet om getuigen op te roepen en om mededelingen te doen over actuele gebeurtenissen in de regio.

Evenement

Een keer in het jaar wordt door de Veiligheidsregio Gooi en Vechtstreek door de regionale hulpdiensten een open dag georganiseerd. Dit is de Veiligheidsdag. Op deze dag worden demonstraties van de verschillende hulpverleningsdiensten gegeven en wordt informatie verstrekt over onderwerpen die met veiligheid te maken hebben.

Buitenreclame

Bij grote projecten of evenementen maakt de politie Gooi en Vechtstreek ter aankondiging of promotie gebruik van buitenreclame zoals abri's, busreclame of spandoeken.

[15] http://blog.youngworks.nl/signalen/een-agent-als-hyvesvriend
[16] http://twitter.com/#!/politiegv

Radio en tv

Ook radio en tv worden ingezet door de politie. Bij calamiteiten worden veelal radio-interviews gegeven en bij opsporingsprogramma's worden getuigenoproepen gedaan of zaken toegelicht. Hierbij verschilt het of de politie de media benaderd of andersom. Wanneer de politie de media benaderd met een voorstel wordt hier vrijwel altijd op in gegaan. Wanneer de media de politie benaderd ligt dit vaak complexer, omdat de politie moet oppassen voor het onnodig creëren van maatschappelijke onrust of voor het beschadigen van een onderzoek.

B. Objectieve veiligheid: de kans op slachtofferschap

In paragraaf 1.3 is aangegeven dat de Integrale Veiligheidsmonitor nauw bij dit onderzoek is betrokken. Onderstaande tabellen komen uit de IVm van het jaar 2009. Aan dit onderzoek hebben in totaal 2.688 personen deelgenomen, waarvan 332 woonachtig in de gemeente Huizen.
Tabel 5.2 geeft per gemeente in de regio Gooi en Vechtstreek aan wat de kans is dat een inwoner van deze gemeente slachtoffer wordt van een misdrijf. Er wordt hierbij een onderscheid gemaakt tussen drie soorten delicten: geweldsdelicten, vermogensdelicten en vandalisme. In tabel 5.2 wordt het totaal van slachtoffers van alle drie de soorten delicten per gemeente weergegeven. Hierbij valt op dat het slachtofferschap onder de inwoners van de gemeente Huizen in vergelijking met het slachtofferschap onder alle inwoners van de regio Gooi en Vechtstreek 1% lager ligt. In vergelijking met het slachtofferschap onder alle inwoners van Nederland is het slachtofferschap in Huizen precies even groot.

Tabel 5.2
Slachtofferschap totaal – naar gemeente

	%	marge
Gemeente		
Blaricum	**25**	3,7
Bussum	**36**	4,6
Hilversum	**26**	3,5
Huizen	**27**	4,0
Laren	**28**	4,5
Muiden	**28**	4,7
Naarden	**27**	4,4
Weesp	**28**	4,6
regio Gooi en Vechtstreek	**28**	1,5
Nederland	**27**	0,2
Blaricum		
Bijvanck	**26**	5,0

Figuur 3.1 (Integrale Veiligheidsmonitor, 2009)

C. Subjectieve veiligheid: beoordeling van de woonbuurt

Tabel 2.5 geeft per gemeente in de regio Gooi en Vechtstreek aan welk cijfer de respondenten gemiddeld geven aan de veiligheid in de gemeente Huizen. Hier komt duidelijk naar voren dat de inwoners van de gemeente Huizen gemiddeld hetzelfde cijfer aan de veiligheid toekennen als het cijfer dat de inwoners van Nederland gemiddeld aan Nederland geven: een 6.9 op een schaal van 1 tot 10. Hetzelfde geldt voor de inwoners van de regio Gooi en Vechtstreek.

Tabel 2.5
Beoordeling woonbuurt Gooi en Vechtstreek

	Woonomgeving		Leefbaarheid		Veiligheid	
rapportcijfer (1-10) / marge						
Gemeente						
Blaricum	**7,6**	0,09	**7,6**	0,09	**7,0**	0,12
Bussum	**7,5**	0,10	**7,4**	0,10	**6,8**	0,15
Hilversum	**7,4**	0,10	**7,3**	0,10	**6,9**	0,12
Huizen	**7,4**	0,11	**7,3**	0,11	**6,9**	0,13
Laren	**7,9**	0,11	**7,7**	0,12	**7,0**	0,16
Muiden	**7,6**	0,10	**7,4**	0,13	**7,2**	0,16
Naarden	**7,8**	0,10	**7,7**	0,10	**7,2**	0,13
Weesp	**7,2**	0,13	**7,1**	0,14	**6,7**	0,17
Regio Gooi en Vechtstreek	**7,5**	0,04	**7,4**	0,04	**6,9**	0,05
Nederland	**7,4**	0,00	**7,3**	0,00	**6,9**	0,01
Blaricum						
Bijvanck	**7,2**	0,13	**7,3**	0,12	**6,9**	0,15

Figuur 3.2 (Integrale Veiligheidsmonitor, 2009)

D. Belangrijkste problemen in de buurt

Tabel 3.9 geeft per gemeente in de regio Gooi en Vechtstreek aan wat de inwoners voor score toekennen aan de meest voorkomende problemen in de gemeenten. Gemiddeld zijn de grootste problemen van Nederland fysieke verloedering met een score van 3.6 en verkeersoverlast met een score van 3.8. Sociale overlast, dreiging en overlast van vermogensdelicten scoren respectievelijk 1.7, 1.1 en 2.7. De inwoners van de regio Gooi en Vechtstreek geven aan de fysieke verloedering een score van 3.6 en aan de verkeersoverlast een 4. Aan de sociale overlast, dreiging en overlast van vermogensdelicten kennen zij respectievelijk de scores 1.5, 1.0 en 3.0 toe. De inwoners van de gemeente Huizen geven de fysieke verloedering en de verkeersoverlast de scores 4.1 en 3.8. De sociale overlast geven zij een 1.6, dreiging een 1.0 en overlast van vermogensdelicten een 3.1.

Tabel 3.9
Belangrijkste problemen in de buurt – regio Gooi en Vechtstreek

	Fysieke verloedering		Sociale overlast		Dreiging		Overlast van vermogens-delicten		Verkeersoverlast		Overige overlast	
schaalscore (0-10) / marge												
Gemeente												
Blaricum	**3,5**	4,0	**1**	0,15	**0,6**	0,07	**2,8**	0,24	**3,8**	0,35	**1,1**	0,13
Bussum	**3,9**	0,49	**1,8**	0,27	**1,2**	0,14	**3,6**	0,30	**4,5**	0,47	**1,5**	0,19
Hilversum	**3,6**	0,37	**1,6**	0,19	**1,1**	0,10	**2,8**	0,24	**4,1**	0,35	**1,5**	0,16
Huizen	**4,1**	0,48	**1,6**	0,21	**1,0**	0,10	**3,1**	0,27	**3,8**	0,37	**1,2**	0,14
Laren	**3,0**	0,40	**1,0**	0,19	**0,6**	0,07	**2,8**	0,27	**4,0**	0,44	**1,0**	0,16
Muiden	**3,7**	0,50	**1,2**	0,21	**0,8**	0,10	**2,7**	0,27	**4,2**	0,48	**1,4**	0,18
Naarden	**2,9**	0,37	**1,0**	0,19	**0,7**	0,08	**3,2**	0,29	**3,9**	0,41	**0,9**	0,13
Weesp	**3,9**	0,54	**2,1**	0,27	**1,5**	0,18	**3,3**	0,33	**4,0**	0,44	**1,4**	0,18
regio Gooi en Vechtstreek	**3,6**	0,15	**1,5**	0,08	**1,0**	0,04	**3,0**	0,10	**4**	0,14	**1,3**	0,06
Nederland	**3,6**	0,02	**1,7**	0,01	**1,1**	0,01	**2,7**	0,01	**3,8**	0,2	**1,4**	0,01
Blaricum												
Bijvanck	**4,6**	0,70	**1,3**	0,23	**0,9**	0,11	**1,3**	0,23	**3,5**	0,33	**0,9**	0,15

Figuur 3.3 (Integrale Veiligheidsmonitor, 2009)

E. Overheidscommunicatie

De Nederlandse politieorganisatie is een van de organisaties die samen de Nederlandse overheid vormen. Vrijwel alle communicatie met en door de politie valt onder overheidscommunicatie. Burgers hebben recht op communicatie door en met de overheid. Het actief openbaar maken van overheidsinformatie behoort tot een van de kerntaken van de overheidscommunicatie. Nederlandse burgers hebben op verschillende manieren met de overheid te maken, als staatsburger, als onderdaan en als klant. In deze rollen vraagt een burger informatie van de politie, denken burgers mee met de politie, doen aangifte of worden aangesproken op gedrag. De politie communiceert zodat deze rollen zo goed mogelijk kunnen worden vervuld. Dit betekent informatie geven over de werking van de Nederlandse Politieorganisatie en de besluitvormingsprocessen, het aankondigen en uitleggen van nieuw beleid aankondigen en burgers betrekken in verschillende fasen van het communicatieproces.[17]
Bij overheidscommunicatie is het van belang veel aandacht te besteden aan contactmomenten en informatiedragers. “Deze vormen de dimensie van het gedrag waar de communicatieprofessional de blik op moet richten.”[18]

F. Crisiscommunicatie

De communicatie van de politie heeft veel overeenkomsten met crisiscommunicatie. Veel communicatie van de politie kan niet vooraf worden bepaald, omdat zij veel te maken krijgen met onverwachte gebeurtenissen die een verstoring zijn van de normale gang van zaken.[19]
Bij de politie wordt echter veel gebruik gemaakt van preventieve communicatie. In tijden van crisis is het geven en het verrichten van goed gedoseerde, tijdige en eenduidige voorlichting en handelingen een cruciale taak van de Nederlandse Politieorganisatie. “Wederzijdse kennismakingen zijn zinvol om elkaar en elkaars werkwijzen te leren kennen en reële crisisrisico’s te bespreken. Vervolgens is het in stand houden van een goede relatie van belang. Op het terrein van de crisiscommunicatie houdt dit in:

- Het maken van werkafspraken over communicatieactiviteiten.
- Het uitwisselen van bereikbaarheidsgegevens.”[20]

G. Trends in overheidscommunicatie

De bestuurlijke, maatschappelijke en technologische veranderingen in de Nederlandse samenleving hebben de overheidscommunicatie in de afgelopen jaren sterk beïnvloed. De overheidscommunicatie heeft zich vanaf 1950 tot nu ontwikkeld van zendergerichte voorlichting (beleid bekend maken via de band van de pers) tot multimediale communicatie over beleid en het tot stand komen daarvan.

* De burger is mondiger geworden, laat steeds vaker (georganiseerd) van zich horen, stelt zich kritischer op, wil op maat worden geïnformeerd en persoonlijk worden benaderd.

* Het medialandschap is sterk veranderd. De media werken steeds sneller. Er is een continue stroom aan berichten en de concurrentie is groot. De media hebben 24 uur per dag 7 dagen per week behoefte aan antwoord op vragen. Hierop wordt ingespeeld door de directies Communicatie die voor de media ook '24/7' benaderbaar zijn.

* Het grote, en diverse aantal (massa)media dat er in de afgelopen jaren is bijgekomen - online en offline - biedt nieuwe kansen om het 'grote' publiek te bereiken. De keerzijde is echter dat de boodschap versnippert en minder makkelijk breed wordt opgepikt.

* Ook verhoogt het de 'kwantitatieve druk' op de directies Communicatie. Zo wordt niet alleen de parlementaire pers bediend, maar ook vakbladen, redacties van consumentenprogramma's, websites, tijdschriften, e.d. Ook weten buitenlandse journalisten in toenemende mate de weg naar overheidswoordvoerders- en persvoorlichters te vinden.

---

[17] www.rijksoverheid.nl

[18] Jumelet, L. en Wassenaar, I. (2003). *Overheidscommunicatie.* Utrecht/ Zutphen: ThiemeMeulenhoff. Bladzijde 37 e.v.

[19] Groenendijk, W. en Boulogne, G. (1994). *Crisiscommunicatie*. Amersfoort: Drukkerij Wilco. Bladzijde 11.

[20] Groenendijk, W. en Boulogne, G. (1994). *Crisiscommunicatie*. Amersfoort: Drukkerij Wilco. Bladzijde 60.

* Verder heeft internet gezorgd voor een verschuiving in de rol van zender en ontvanger: iedereen kan nu zender worden van informatie, en opinies en reacties verspreiden. Op elk moment van de dag kan informatie worden gezocht en verspreid, zowel door de burger als door de overheid.

* Hierdoor moet ook de overheid zich actiever bewegen op het internet. Nagedacht moet worden over de vraag hoe dit kan. En op welke manier bijvoorbeeld de zogenaamde web 2.0 toepassingen als 'communicatiemiddelen van de overheid', naast de meer traditionele kunnen worden ingezet.

* Kortom, de hectiek, de roep om proactiviteit en de behoefte aan duidelijk afzenderschap nemen toe.

* De taak en de uitdaging voor de overheid is - tegemoetkomend aan deze ontwikkelingen en de wensen van burgers - tijdig, volledig en transparant te communiceren. Dit vraagt om creatief en voortvarend communicatiebeleid, waarin departementen van elkaar en van internationale partners kunnen leren.[21]

[21] http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/notas/2010/04/01/doel-en-werkwijze-overheidscommunicatie.html

3.2 Samenvatting resultaten enquêtes

In deze paragraaf worden de meest opvallende resultaten van de enquêtes toegelicht. De tabellen met de meest opvallende en relevante uitkomsten zijn uit de resultaten geselecteerd. Voor het complete tabellenbestand verwijs ik u naar bijlage 3.

5. Veiligheidsschaal

	Zeer veilig	Veilig	Neutraal	Onveilig	Zeer onveilig	N.v.t.	Rating Average	Response Count
Over het algemeen voel ik mij overdag:	34,1% (74)	**57,1% (124)**	6,0% (13)	2,8% (6)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,77	217
Over het algemeen voel ik mij 's avonds:	13,0% (28)	**47,9% (103)**	24,7% (53)	11,2% (24)	2,8% (6)	0,5% (1)	2,43	215
Over het algemeen voel ik mij in huis:	36,0% (76)	**55,0% (116)**	8,1% (17)	0,9% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,74	211
Over het algemeen voel ik mij op straat:	14,3% (31)	**63,1% (137)**	17,5% (38)	5,1% (11)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,13	217
Over het algemeen voel ik mij tijdens het uitgaan:	5,5% (12)	**27,9% (61)**	27,4% (60)	14,2% (31)	4,1% (9)	21,0% (46)	2,79	219
						answered question		**219**
						skipped question		**3**

Figuur 3.4 (Survey Monkey, 2010/2011)

In paragraaf 2.3 (opbouw van de enquêtes en de diepte-interviews) staat uitgelegd dat er in de enquêtes een veiligheidsschaal is opgenomen. Tabel 5 geeft overzichtelijk weer welke schaal de respondenten toekennen aan hun veiligheidsgevoel in vijf verschillende situaties.

8. In informatie op het gebied van incidenten en veiligheid in mijn omgeving ben ik:

	Response Percent	Response Count
Zeer geïnteresseerd	**73,0%**	**154**
Een beetje geïnteresseerd	26,1%	55
Niet geïnteresseerd	0,9%	2
	answered question	**211**
	skipped question	**11**

Figuur 3.5 (Survey Monkey, 2010/2011)

Tabel 8 geeft weer in welke mate de respondenten geïnteresseerd zijn in informatie over de veiligheid in hun woonomgeving en over incidenten die zich afspelen in hun woonomgeving. 73,0% van de respondenten is zeer geïnteresseerd in deze informatie en 26,1% een beetje geïnteresseerd.

11. Ik ontvang informatie over incidenten en veiligheid van de politie via:

	Response Percent	Response Count
Internet	**62,7%**	**133**
Mail	44,3%	94
Krant	59,9%	127
Huis aan huis blad	**62,7%**	**133**
Folders/ flyers	6,1%	13
Twitter	4,2%	9
Hyves	3,8%	8
Open dagen	3,3%	7
Sms	25,5%	54
	Anders, namelijk:	21
	answered question	**212**
	skipped question	**10**

Figuur 3.6 (Survey Monkey, 2010/2011)

In tabel 11 is te zien via welke middelen de respondenten informatie over incidenten en veiligheid ontvangen van de politie.

14. Ik heb behoefte aan informatie over incidenten en veiligheid via nieuwe media en interactieve media.

	Response Percent	Response Count
Mee eens	**48,8%**	**103**
Neutraal	40,3%	85
Mee oneens	10,9%	23
	answered question	**211**
	skipped question	**11**

Figuur 3.7 (Survey Monkey, 2010/2011)

In tabel 14 is overzichtelijk gemaakt of de respondenten behoefte hebben aan informatie over incidenten en veiligheid via nieuwe media en interactieve media. 48,8% van de respondenten is het hier mee eens en 10,9% van de respondenten is het hier mee oneens.

21. Wanneer ik op de hoogte blijf van werkzaamheden van de politie die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:

	Response Percent	Response Count
Veiliger	**78,4%**	**160**
Geen verschil	19,6%	40
Minder veilig	2,0%	4
	answered question	**204**
	skipped question	**18**

Figuur 3.8 (Survey Monkey, 2010/2011)

Tabel 21 geeft weer of de respondenten zich veiliger gaan voelen, geen verschil of minder veilig gaan voelen wanneer zij op de hoogte worden gehouden van werkzaamheden van de politie die plaatsvinden in hun woonomgeving. 78,4% gaat zich hier veiliger van voelen.

22. Wanneer de politie meer zichtbaar is in mijn omgeving, voel ik mij:		
	Response Percent	Response Count
Veiliger	85,3%	174
Geen verschil	13,7%	28
Minder veilig	1,0%	2
answered question		204
skipped question		18

Figuur 3.9 (Survey Monkey, 2010/2011)

In de enquêtes is ook de vraag opgenomen of de zichtbaarheid van de politie invloed heeft op het veiligheidsgevoel van de inwoners van de gemeente Huizen. Bij 85,3% is dit het geval. 1% van de respondenten gaat zich minder veilig voelen wanneer de politie meer zichtbaar is in hun omgeving.

24. Er is een verband tussen de hoeveelheid informatie die de burger van de politie over incidenten en veiligheid ontvangt en het veiligheidsgevoel van mensen. (Klopt de uitspraak “hoe meer, hoe beter” in dit verband?)		
	Response Percent	Response Count
Mee eens	57,4%	117
Neutraal	27,9%	57
Mee oneens	14,7%	30
answered question		204
skipped question		18

Figuur 3.10 (Survey Monkey, 2010/2011)

De uitspraak “hoe meer, hoe beter” klopt in veel verbanden. Maar klopt hij ook in het verband van de hoeveelheid informatie die de burger ontvangt en het veiligheidsgevoel van deze burgers? In tabel 24 is te zien dat 57,4% van de respondenten van het onderzoek vindt dat er een verband bestaat tussen de hoeveelheid informatie die de burger van de politie ontvangt over incidenten en veiligheid en het veiligheidsgevoel. 14,7% van de respondenten is het hier niet mee eens.

3.3 Samenvatting resultaten diepte-interviews

In deze paragraaf staan de meest opvallende uitkomsten van de diepte-interviews beschreven. Om de resultaten zo overzichtelijk mogelijk weer te geven is bij dit hoofdstuk de indeling van de onderwerpen van de enquête aangehouden: algemene informatie, veiligheidsschaal, informatieprofiel en veiligheid en communicatie. Het onderdeel houding ten aanzien van de politie is hierbij weggelaten, omdat deze alleen in de enquête is opgenomen voor een algemeen beeld voor de politieorganisatie. Verdere behandeling van dit onderwerp is voor dit onderzoek niet relevant.
Vanwege anonimiteit zijn de respondenten respondent 1, respondent 2 en respondent 3 genoemd.

A. Interview respondent 1

Algemene informatie

Respondent 1 is geboren in het centrum van Huizen. Hij heeft 5 jaar in Amsterdam gewoond en is sinds 2001 weer woonachtig in een rustige wijk in Huizen.

Veiligheidsschaal

Onder veiligheid verstaat hij het feit dat er weinig gebeurt aan criminaliteit, maar ook de veiligheid in het verkeer. Hij associeert veiligheid met wat er in zijn wijk gebeurt.
Onder veiligheidsgevoel verstaat hij het feit dat hij zich prettig kan bewegen over straat en dat hij zich veilig voelt in zijn woning. “Dat je niet het idee hebt dat je constant achterom moet kijken als je ’s avonds over straat loopt.”
Het verschil tussen Huizen en Amsterdam op het gebied van veiligheid is vooral dat respondent 1 in Amsterdam wél het gevoel had dat hij achterom moest kijken, omdat daar meer leven is op straat. Ook op latere tijdstippen.
Ook op het gebied van communicatie over incidenten vanuit de politie merkt hij verschil. “In Amsterdam had je gewoon het wijkkrantje waar je af en toe iets in kon lezen. En dat is hier in Huizen pas iets van de laatste tijd. De digitale nieuwsbrief die binnen Huizen wordt verspreid is ook prettig. In Amsterdam heb ik daar eigenlijk niet zo op gelet.” Respondent 1 geeft aan dat hij zelf niet actief naar informatie zoekt, omdat hij niet weet waar hij die informatie als burger zou moeten zoeken.
Bij de vraag hoe veilig hij zich over het algemeen overdag voelt, heeft hij “zeer veilig” ingevuld. Vooral zijn persoonlijkheid heeft daar invloed op. “Ik ben niet zo snel onder de indruk. Ik werk in Amsterdam en ik kijk toch met een andere blik om me heen.” Ook verlichting speelt een rol bij het veiligheidsgevoel van burgers. Onderzoek toont aan dat hoe lichter een gebied is, hoe veiliger dat gebied is en dat spreekt respondent 1 absoluut niet tegen.[22] Of het gebied waar hij woont drukbevolkt is of niet heeft op deze persoon niet veel invloed.

Informatie profiel

Hij ontvangt informatie over incidenten vooral via internet, de (voormalige) digitale nieuwsbrief van de politie en SMS-Alert. Af en toe leest hij het huis-aan-huisblad, maar een abonnement op een krant heeft hij niet. De informatie die hij op internet zoekt, zoekt hij meestal niet via de politiewebsite, maar via Google en nu.nl. Informatie specifiek op Huizen gericht zoekt hij op AT5[23] en op de regionale RTV-NoordHolland website.
Respondent 1 vindt het moeilijk te bepalen of er onder de inwoners van Huizen behoefte is aan een internetsite of aan de inzet van nieuwe media specifiek gericht op de veiligheid in Huizen. “Informatie die je verstrekt kan natuurlijk ook een negatieve invloed hebben op de veiligheidsgevoelens.” Hij denkt dat de kracht van informatievoorziening is dat je het op maat kunt leveren.
Informatie over incidenten heeft voor respondent 1 meer een preventieve functie. Wanneer hij weet wat er gebeurt weet hij hoe en waartegen hij zich moet wapenen. De informatie over incidenten is nog niet voldoende per doelgroep afgestemd. Mensen moeten de kans krijgen om te kunnen aangeven aan hoeveel informatie zij behoefte hebben, zodat die mensen in ieder geval kunnen worden gevoed. Dan laat de politieorganisatie zien dat ze bezig is met hoe de burger zich voelt en dat ze bereid is om informatie te geven.

[22] Hoitsma A. *‘‘Mag het licht uit?”* Onderzoek Rijksuniversiteit Groningen.
[23] Televisie voor Amsterdam en omstreken, het laatste nieuws, discussie platform, programma-overzicht en een clubagenda.

Veiligheid en communicatie

Respondent 1 zal zich niet veiliger of minder veilig voelen wanneer er meer informatie over incidenten wordt verstrekt. Maar hij kan zich wel goed voorstellen dat mensen zich veiliger voelen wanneer zij meer informatie krijgen. Wat het veiligheidsgevoel volgens hem wel kan versterken is dat op het moment dat de politie niet alleen maar informeert over datgene wat er gebeurd is, maar ook over datgene wat de politie eraan gaat doen. “En dat is wel iets wat ik mis.”

Wat volgens respondent 1 interessant is, is dat 34% van de respondenten zich bij meer communicatie over incidenten veiliger voelt. 25% voelt zich minder veilig. En het overgrote gedeelte maakt het niet uit. Bij meer informatie over incidenten gaat bijna 75% zich veiliger voelen of blijft het gevoel gelijk. “En dat is volgens mij wel een mooie conclusie die je kunt trekken, dat er meer informatie verstrekt zou moeten worden.” Wel geeft respondent 1 aan dat wanneer de politie in het algemeen meer informatie gaat verstrekken, zij wel rekening moet houden met de 25% die zich daardoor minder veilig gaat voelen. Daar zou in de berichtgeving rekening mee gehouden kunnen worden. Wanneer de politie informatie verstrekt over wat er gebeurt in een bepaalde en daar meteen bij vermeldt wat de politie eraan gaat doen, wordt misschien die 25% ook over de streep getrokken. “Dan weten de bewoners dat er veel gebeurt, maar ook dat de politie er mee bezig is.”

> “Ik denk echt dat de kracht zit in informatie op maat. En dat is heel lastig, maar volgens mij de mooiste uitdaging die er is.”

B. Interview respondent 2

Algemene informatie

Respondent 2 woont sinds september 2007 in Huizen. Daarvoor heeft hij ongeveer 7 jaar in Amsterdam gewoond.

Veiligheidsschaal

Het verschil in hoe het er op het gebied van veiligheid aan toe gaat tussen Amsterdam en Huizen ligt vooral in het feit dat Huizen een veel rustigere leefomgeving is dan Amsterdam. Hij woonde in een drukke straat in West en later in een rustiger gebied in Amsterdam. “Maar in beide gevallen was er wel een stuk meer reuring dan hier.” Op het gebied van de communicatie en informatie vanuit de politie merkte hij heel recentelijk pas een verschil. De politie in Amsterdam is gebruik gaan maken van sociale media. Respondent 2 vindt dit een hele prettige en directe manier van communiceren, waardoor hij heel makkelijk op de hoogte blijft van dingen die hem ook daadwerkelijk interesseren. “Dat is in Huizen nog niet het geval.” Vanuit het politiekorps Gooi en Vechtstreek werd een digitale nieuwsbrief verstuurd en respondent 2 vindt het heel jammer dat dat is gestopt.

Een ander opvallend punt bij het gebruik van sociale media is volgens respondent 2 het feit dat op een directe manier feedback kan worden verkregen over een resultaat. “Met sociale media kun je gerichter communiceren, naar een wat beperktere doelgroep in het geheel. En het valt me op dat ook vaak de resultatenterugkoppeling een stuk concreter is.” Hij geeft aan dat mensen over het algemeen alleen geïnteresseerd zijn in wat er in hun directe omgeving gebeurt. Daar is de communicatie nu te algemeen voor en onvoldoende toegespitst op de directe omgeving van de burger.

Onder veiligheid verstaat respondent 2 de cijfers van het aantal auto-inbraken, het aantal woninginbraken, het aantal ongevallen. De letterlijke weergave van deze zaken. Met name de zaken die zich in het openbare gebied afspelen.

Onder veiligheidsgevoel verstaat hij de beleving van die veiligheid. Respondent 2 heeft zich het afgelopen jaar behoorlijk veilig gevoeld. Als het gaat om factoren van buitenaf vindt hij de zichtbaarheid van de politie heel belangrijk. “Wanneer zij een praatje kunnen maken als er iets speelt in de buurt, weet je dat ze er mee bezig zijn.”

Informatie profiel

Respondent 2 ontvangt informatie over incidenten van de politie via internet, e-mail, Twitter, Hyves en SMS-Alert. Het huis-aan-huisblad van de gemeente Huizen ontvangt hij ook, maar deze bladert hij alleen heel af en toe even door. Ook de krant, folders, flyers en open dagen blijven achter. Op het internet en op tv maakt hij gebruik van de lokale nieuwszenders en de algemene nieuwssites.

Op de vraag of de communicatie goed per individu is afgestemd antwoordt hij dat dat voor Huizen niet echt op gaat. “Omdat de informatie

vrijwel altijd in algemene zin is. Of dat nou is via het huis-aan-huisblad, een algemene nieuwssite, een regionale nieuwssite, of de nieuwsbrief van de politie zelf. Tenzij er dan net toevallig iets groots is wat zich in jouw omgeving speelt." Hij denkt dat de afstemming van informatie en communicatiemiddelen verbeterd kan worden met behulp van de digitale middelen die er zijn. Dat is het middel bij uitstek om specifieke informatie te kunnen geven.
Respondent 2 is graag op de hoogte van wat zich er in zijn omgeving afspeelt, omdat hij zich dan meer bewust is van zijn woonomgeving. Dat is dan wel vooral in opsporingsgerichte zin, zodat hij weet waar hij op moet of kan letten. Het liefst zou hij via sociale media zoals bijvoorbeeld Twitter op de hoogte gehouden worden. Zo kan hij heel specifiek mensen benaderen en vragen hoe zit het met het probleem waar hij last van heeft als individu en krijgt hij een antwoord dat op maat is en op zijn behoeften is afgestemd.

Veiligheid en communicatie

80% van de respondenten denkt dat de communicatie over veiligheid en incidenten een positief effect heeft op het veiligheidsgevoel van de burger. De vraag is welke mate dan positief is. Respondent 2 vindt dat de politie ervoor zou moeten zorgen dat het aanbod er is en dat aan de doelgroep zelf wordt overgelaten hoe vaak ze er gebruik van willen maken. Dat kan het beste worden mogelijk gemaakt met alles wat via internet, Twitter en andere digitale en nieuwe media wordt aangeboden. Bij zaken waarop burgers zich kunnen abonneren, zoals een digitale nieuwsbrief of SMS-Alert, zouden mensen de kans moeten krijgen om aan te geven hoe vaak ze een bericht zouden willen ontvangen.
Om het veiligheidsgevoel te versterken is het volgens respondent 2 van belang dat de afstand tussen burger en politie verkleind wordt. "Het feit dat jij de politie makkelijk kunt benaderen, los van de vraag of je dat ook daadwerkelijk doet, maar gewoon de wetenschap dat het kan, kan al een heel groot effect hebben op de veiligheidsbeleving." De drempel het stappen naar dé politie kan worden verkleind tot iemand die gewoon gemakkelijk te benaderen is via sociale media. En dat hoeft niet letterlijk een persoon te zijn, maar dat kan ook via een algemeen kanaal, bijvoorbeeld een Facebookpagina die lokaal nieuws verspreidt waar mensen op kunnen reageren en waar dan ook een reactie op terug komt. Het feit dat er interactie plaatsvindt is van groot belang.

> "Het feit dat jij de politie makkelijk kunt benaderen, los van de vraag of je dat ook daadwerkelijk doet maar gewoon de wetenschap dat het kan, kan al een heel groot effect hebben op de veiligheidsbeleving."

C. Interview respondent 3

Algemene informatie

Respondent 3 woont vanaf 1976 in Huizen. Oorspronkelijk komt hij van de Veluwe, uit Ermelo. Hij is in Huizen gaan wonen vanwege het feit dat hij bij de politie ging werken.

Veiligheidsschaal

Op het gebied van veiligheid merkt respondent 3 niet veel verschil tussen Ermelo en Huizen. Op het gebied van communicatie over incidenten vanuit de politie merkt hij vooral een groot verschil tussen vroeger en nu: "Toendertijd ja, er was een rijkspolitie en daar zaten maar een paar mensen. En als er echt wat was dan moesten de agenten overal vandaan gehaald worden." In die periode werd er minder gecommuniceerd dan nu.
Respondent 3 verstaat onder veiligheid het risico dat je loopt om betrokken te worden bij een misdrijf. Onder veiligheidsgevoel verstaat hij het gevoel dat mensen hebben met betrekking tot de veiligheid in hun omgeving.
Het afgelopen jaar heeft respondent 3 zich heel veilig gevoeld. Onder andere het feit dat hij nooit persoonlijk betrokken is geraakt bij een misdrijf heeft daaraan bijgedragen. Zaken op het gebied van communicatie hebben hier totaal geen invloed op gehad. "Ik bekijk veiligheid zoals ik het zelf dagelijks ervaar en wat om mij heen geschreven en gedaan wordt, ja, daar kun je je door laten beïnvloeden, maar ik heb dat zelf niet zo."

Informatie profiel

Respondent 3 ontvangt informatie over incidenten in de gemeente Huizen via SMS-Alert en huis-aan-huisbladen. Aan sociale netwerken zoals Twitter en Hyves doet hij niet mee. Ook via e-mail en internet ontvangt hij

geen informatie over incidenten. Hij heeft hier niks mee omdat hij van een wat eerdere generatie is en er gewoon geen behoefte aan heeft.
Op de vraag of de communicatie vanuit de politie naar de burger toe over incidenten goed per individu is afgestemd, antwoord respondent 3 dat volgens hem teveel door de communicatieafdeling bepaald wordt wat mensen wel en niet aan informatie krijgen en dat niet aan de mensen gevraagd wordt wat zij aan informatie zouden willen ontvangen. “Ik ben nog nooit zo’n enquête tegen gekomen waarin werd gevraagd wat voor informatie ik van de politie zou willen ontvangen.” Hij denkt dat vooral voor buurtpreventieverenigingen communicatie op maat handig is, zodat er een scheiding kan worden gemaakt tussen de zaken die naar buiten kunnen worden gebracht en privézaken die juist achter de schermen zouden moeten blijven.

Veiligheid en communicatie

Respondent 3 denkt dat de politie het qua mate van communicatie nooit goed kan doen. Zaken die mensen in de landelijke pers zien, zoals bijvoorbeeld gevallen van kindermisbruik, worden vaak al snel op de eigen omgeving geprojecteerd. Soms ontstaat een bepaalde massahysterie, wat een heel negatief effect teweeg brengt bij de burgers. “Ik denk dat objectieve berichtgeving goed is. Maar ik denk dat mensen dat zelf ook wel kunnen gaan halen. Het internet zou daar een goed medium voor zijn. Dat je selectief kunt zijn in wat je wel en niet wilt weten.” Hij denkt dat de primaire vraag is wat de mensen nou graag willen weten en waarom ze dat willen weten. Dan moet de communicatieafdeling van de politie ervoor zorgen dat er selectief, als een soort maatwerk wordt gezonden.” Respondent 3 denkt dat het voor de mensen die zich laten beïnvloeden door wat er in het nieuws te zien is zou helpen wanneer de echte nare dingen eruit worden gehaald en het accent op de leuke dingen wordt gelegd. “Ja, ik denk wel dat dat zou helpen voor het versterken van het veiligheidsgevoel van een heleboel mensen.”
De andere twee respondenten hebben aangegeven dat ze denken dat wanneer de burger op de hoogte wordt gehouden van wat er zich afspeelt in hun woon- en leefomgeving, zij het fijn vinden dat ze dan weten waar ze zich op kunnen voorbereiden. Respondent 3 is het daar niet helemaal mee eens. Hij vindt dat je ook maatregelen kunt treffen zonder het feit dat je weet dat er ingebroken wordt in je buurt. “Ik denk dat je die verantwoordelijkheid zelf al voor een heel groot deel kunt nemen. Het geldt niet voor alle misdrijven, maar er zijn erbij die je best zou kunnen voorkomen. “Ga bijvoorbeeld niet met hele dure dingen lopen. Als jij met een heel duur mobieltje te koop loopt zou ik bijna zeggen, weet je dat je een zeker risico loopt.”

“Ik denk dat de primaire vraag is wat de mensen nou graag willen weten en waarom ze dat willen weten.”

Hoofdstuk 4. Conclusie

In dit hoofdstuk worden de deelvragen en de hoofdvraag beantwoord. Ondersteund met resultaten van het deskresearch en fieldresearch worden conclusies getrokken.

4.1 Beantwoording deelvragen

1. Hoe veilig is het in de gemeente Huizen ten opzichte van de rest van Nederland?

Tabel 5.2 van de IVm geeft per gemeente in de regio Gooi en Vechtstreek aan wat de kans is dat een inwoner van deze gemeente slachtoffer wordt van een misdrijf. Hierbij valt op dat het slachtofferschap onder de inwoners van de gemeente Huizen in vergelijking met het slachtofferschap onder alle inwoners van de regio Gooi en Vechtstreek 1% lager ligt. In vergelijking met het slachtofferschap onder alle inwoners van Nederland is het slachtofferschap in Huizen precies even groot.

Hieruit kan worden geconcludeerd dat de objectieve veiligheid van de gemeente Huizen relatief groot is ten opzichte van de rest van Nederland.

2. Hoe veilig voelden burgers in de gemeente Huizen zich in het jaar 2010?

Uit de IVm blijkt ook dat de inwoners gemeente Huizen die aan dit onderzoek hebben deelgenomen ten opzichte van de rest van Nederland op het gebied van veiligheid een zeer gemiddelde score toekennen aan hun woonomgeving.[24] De inwoners van de gemeente Huizen geven hun woonplaats op een schaal van 1 tot 10 gemiddeld een 6.9. De regio Gooi en Vechtstreek scoort een 6.9 en Nederland als gemiddelde scoort hetzelfde.

Uit de veiligheidsschaal die is opgenomen in de enquête blijkt dat de inwoners van de gemeente Huizen zich overdag, 's avonds, in huis en op straat over het algemeen veilig voelen.

- Overdag, in huis en op straat zijn deze percentages boven de 50%.
- 's Avonds ligt dit percentage lager (47%) en neigt het veiligheidsgevoel naar neutraal (met 24,7%).
- Ook tijdens het uitgaan ligt dit percentage aanzienlijk lager (27,9%), waarmee dit zeer dicht bij neutraal (27,4%) en onveilig (14,2%) ligt. Een andere hoge score bij de vraag "over het algemeen voel ik mij tijdens het uitgaan" ligt bij niet van toepassing met (21,0%).

Uit de interviews blijkt eveneens dat de inwoners van Huizen zich over het algemeen veilig voelen. Antwoorden die werden gegeven zijn: "zeer veilig", "behoorlijk veilig" en "heel veilig".

- Hier kan ook uit worden geconcludeerd dat de lagere scores in de veiligheidsschaal van de enquête over het gevoel van veiligheid 's avonds en tijdens het uitgaan ondergeschikt zijn aan het gevoel van algemene veiligheid.
- Uit de interviews is naar voren gekomen dat de burger verschillende definities van veiligheid hanteert. Mensen vinden het moeilijk om veiligheid te definiëren zonder hier meteen het gevoel bij te betrekken. Om deze reden is het antwoord op deze vraag opgesplitst in wat de burger verstaat onder veiligheid en wat onder veiligheidsgevoel.

Hieruit kan worden geconcludeerd dat de subjectieve veiligheid van de gemeente Huizen groot is.

[24] Dimensus beleidsonderzoek (2010). *Integrale Veiligheidsmonitor 2009 Gooi en Vechtstreek*. Breda: Dimensus.

Wat verstaat de burger onder veiligheid?

Uit de interviews blijkt dat de respondenten het volgende verstaan onder veiligheid:

- Het feit dat er weinig gebeurt aan criminaliteit in de wijk, maar ook verkeersveiligheid.
- De cijfers van het aantal auto-inbraken, het aantal woninginbraken en het aantal ongevallen die op straat en in de omgeving plaatsvinden. De letterlijke weergave van wat er gebeurd, met name in het openbare gebied.
- Het risico dat je loopt om betrokken te worden bij een misdrijf.

Wat verstaat de burger onder veiligheidsgevoel?

Bij de interviews komen twee belangrijke punten aan bod die het veiligheidsgevoel van de inwoners van de gemeente Huizen beschrijven:

- Het feit dat iemand zich prettig kan bewegen over straat.

Het gevoel van veiligheid in een woning speelt ook een rol, maar toch is het veiligheidsgevoel van de burgers overwegend gericht op het gevoel wat ze hebben wanneer ze over straat lopen. Vooral het idee dat je achterom moet kijken wanneer je 's avonds over straat loopt vindt de burger beangstigend en het veiligheidsgevoel absoluut niet bevorderend. Er wordt gesteld dat op het moment dat een persoon zich niet veilig voelt, dat deze persoon zich ook niet lekker kan bewegen over straat, omdat je dan gevangen zit in dat gevoel.

- Het gevoel dat mensen hebben met betrekking tot de veiligheid in hun omgeving.

En dat gevoel is voor ieder verschillend, want iedereen kijkt met andere ogen naar de wereld. Het verschil in de manier waarop de burger veiligheidsgevoel ervaart, ligt vooral in hoeverre een persoon aanvaard dat we in een wereld leven waarin je risico's loopt. Wanneer een persoon dat niet aanvaard, raakt hij snel in paniek.

Welke factoren beïnvloeden dit?

Externe factoren

- De bevolkingsdichtheid en het tijdstip van leven in een gebied.

De respondenten geven aan dat zij in grotere steden wel het gevoel hebben achterom te moeten kijken. In een stad met meer leven, ook op latere tijdstippen, doen zich vaker situaties voor waar mensen last van hebben of het "o jee, wat gebeurt hier?"-gevoel van krijgen. Denk bijvoorbeeld aan een zwerver die in de portiek van je woning ligt te slapen.

- De mate van verlichting.

In het onderzoek "Mag het licht uit?"[25] is aangetoond: hoe lichter hoe veiliger. Als het ergens donker is en een persoon moet door een steegje lopen krijgt hij toch al snel een ongemakkelijk gevoel.

- De zichtbaarheid van de politie.

Uit de enquête blijkt dat 85,3% van de respondenten zich veiliger voelt wanneer de politie meer zichtbaar is in hun omgeving. Wanneer, bijvoorbeeld bij overlast, de wijkagent af en toe even zijn gezicht laat zien en de burger af en toe even contact heeft met de politie krijgen zij vertrouwen in het feit dat de politie zich bezig houdt met de zaken die spelen in de wijk. Problemen worden opgepakt en de wijkagent komt bij de burger om een reactie vragen. Hierdoor voelen respondenten zich niet direct veiliger, maar dat contact wordt toch als een prettige ervaring gezien. Dat je toch even contact hebt gehad.

- Communicatie over incidenten.

Respondenten geven aan dat mensen bewust of onbewust uiteindelijk allemaal worden beïnvloedt door wat om hen heen gecommuniceerd wordt. Voorgaand punt, de zichtbaarheid van de politie, is ook een vorm van communicatie.

[25] Hoitsma A. *"Mag het licht uit?"* Onderzoek Rijksuniversiteit Groningen.

Interne factoren

- Iemands persoonlijkheid.

"Er moet toch wel heel wat gebeuren moet ik mij onveilig gaan voelen. Maar ook gewoon letterlijk de omstandigheden. Er zijn weinig factoren in mijn omgeving waardoor ik mij bedreigd zou voelen of minder veilig."

- De achtergrond van een persoon.

Iemand die niet zo snel onder de indruk is en veel te maken heeft (gehad) met drukbevolkte gebieden zal zich niet snel onveiliger of onrustiger voelen wanneer er iets in zijn wijk gebeurt.

3. Welke rol speelt de communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek in de veiligheidsbeleving van de burgers?

Bij de resultaten van de enquêtes komt naar voren dat volgens 76,5% van de respondenten het negatieve effect op het veiligheidsgevoel door een incident in zijn of haar (woon)omgeving door communicatie kan worden verminderd of zelfs helemaal kan worden weggenomen.

Hieruit kan worden geconcludeerd dat communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek een grote rol speelt bij de veiligheidsbeleving van de burgers.

Wat communiceert de politie Gooi en Vechtstreek nu met betrekking tot incidenten?

Waar kan communiceert de politie Gooi en Vechtstreek vrijwel alles wat zich afspeelt in de regio. In paragraaf 3.1 is aangegeven dat het hier gaat om (verkeers)ongevallen, overvallen, inbraken, branden, plof- en ramkraken, andere calamiteiten, projecten van de politieorganisatie en evenementen die de politieorganisatie organiseert. Soms is het zo dat een onderzoek geschaad wordt of dat ten onrechte grote maatschappelijke onrust ontstaat wanneer alle informatie te snel wordt vrijgegeven. Omdat de politie een overheidsorganisatie is, is het echter van groot belang om open en transparant te zijn en zo verantwoording af te leggen aan de burger.

Hoe communiceert de politie Gooi en Vechtstreek dit?

De communicatieafdeling van de politie zet verschillende middelen in om te communiceren. Zij maken gebruik van:

- Persberichten
- Folders/flyers
- Posters
- Huis-aan-huisblad
- Internet
- Hyves (jeugdagent)
- SMS-Alert
- Twitter
- Evenement
- Buitenreclame
- Radio en tv

In paragraaf 3.1 wordt de inzet van deze middelen door de communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek per middel toegelicht.

Is de communicatie per doelgroep afgestemd?

Uit de resultaten van de enquêtes is gebleken dat:

- Volgens de meeste respondenten (59,8%) de communicatie-uitingen van de politie op het gebied van veiligheid qua taalgebruik voldoende op de inwoners van de gemeente Huizen afgestemd zijn.
- De communicatie-uitingen van de politie op het gebied van incidenten en veiligheid kunnen qua informatie en onderwerpen nog beter op de burger worden afgestemd. Dit vindt 56,7%.

Bij de interviews is naar voren gekomen dat de afstemming van communicatie(middelen) en informatie op de verschillende doelgroepen beter moet kunnen. Dit kan worden gerealiseerd door onderzoek te doen en zo de personen na te gaan die meer gevoed willen worden. Informatieverstrekking zal uiteindelijk bijdragen in een onderlinge communicatie, waardoor de politie met het verstrekken van informatie op haar beurt weer informatie terug krijgt. Aangezien de politieorganisatie informatie gestuurd werkt is dit van groot belang.

De informatie die naar buiten wordt gebracht via het huis-aan-huisblad, de algemene of regionale nieuwswebsite of de nieuwsbrief van de politie zelf is volgens de respondenten vrijwel altijd in algemene zin. Pas wanneer er toevallig een grote gebeurtenis plaatsvindt wat zich toevallig in de omgeving van een persoon afspeelt is de informatie de omgeving van deze persoon afgestemd. Het is niet vergelijkbaar met interactieve communicatie zoals met een wijkagent, waarbij de informatie heel concreet en heel erg op iemand zijn directe omgeving is gericht. Dit kan mogelijk worden gemaakt met behulp van de digitale middelen die er zijn. Dat zijn de middelen bij uitstek om specifieke informatie te kunnen geven.
De respondenten geven aan dat zij graag meer inbreng zouden willen hebben in de manier waarop de communicatie van de politie richting de burger over wordt gebracht en welke informatie deze communicatie bevat.

Hieruit kan worden geconcludeerd dat de communicatie (over incidenten) van de politie Gooi en Vechtstreek qua taal goed op de burger is afgestemd. Qua informatie en onderwerpen kan de communicatie beter per doelgroep worden afgestemd.

(Wat) wil de burger dat er gecommuniceerd wordt met betrekking tot incidenten? Waarom en hoe?

Uit de enquête blijkt dat:

- 50,0% van de respondenten behoefte heeft aan meer communicatie-uitingen en informatie over incidenten en veiligheid.
- 73,0% van de respondenten zeer geïnteresseerd is in informatie op het gebied van incidenten en veiligheid in hun omgeving.
- Bijna alle respondenten (87,3%) informatie willen ontvangen over incidenten en veiligheid binnen de regio.

Hieruit kan worden geconcludeerd dat de communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek meer kan gaan communiceren over veiligheid en over incidenten die zich afspelen in de gemeente Huizen of in de regio Gooi en Vechtstreek

Wat

Uit de enquête blijkt dat:

- De meeste respondenten redelijk actief (50,5%) of actief (26,9%) naar informatie zoeken op het gebied van incidenten en veiligheid in hun omgeving.
- Veel respondenten deze informatie wekelijks (40,1%) of zelfs dagelijks (35,4%) tot zich nemen.
- Wat opvalt is dat het percentage respondenten dat zich veiliger denkt te voelen wanneer zij op de hoogte worden gehouden van het aantal auto-inbraken en verkeersongevallen die plaatsvinden in de buurt waar zij wonen een stuk lager is dan wanneer zij op de hoogte worden gehouden van het aantal woninginbraken, geweldsincidenten of de werkzaamheden van de politie die plaatsvinden bij hun in de buurt.

Het feit dat de respondenten informatie willen ontvangen via huis-aan-huisbladen en een digitale nieuwsbrief wordt versterkt door de meningen van de respondenten van de halfgestructureerde diepte-interviews.

- Zij vinden het huis-aan-huisblad en de digitale nieuwsbrief prettige middelen om informatie van de politie via te ontvangen.

Hieruit kan worden geconcludeerd dat de inwoners van de gemeente Huizen geïnteresseerd zijn in informatie op het gebied van incidenten en veiligheid in hun omgeving. De communicatieafdeling van de Politie Gooi en Vechtstreek zou de inwoners van de gemeente Huizen optimaal informeren wanneer dagelijks of wekelijks informatie wordt verstrekt over het aantal woninginbraken, geweldsincidenten en de werkzaamheden van de politie die plaatsvinden in hun buurt.

Waarom

Uit de enquête blijkt dat:

- Volgens 79,4% van de respondenten de mate van communicatie over veiligheid en incidenten vanuit de politie een positief effect heeft op het veiligheidsgevoel van de burger.
- Er volgens 57,4% van de respondenten een verband is tussen de hoeveelheid informatie die de burger van de politie over incidenten en veiligheid ontvangt en het veiligheidsgevoel van mensen.

Uit de interviews blijkt dat de respondenten het prettig vinden wanneer informatie over veiligheid en incidenten in hun omgeving door de politie naar hun wordt gezonden. De respondenten van het onderzoek vinden het moeilijk om deze informatie zelf te verkrijgen, omdat ze vaak niet weten waar ze het moeten zoeken.

Hieruit kan worden geconcludeerd dat de rede waarom de respondenten willen worden geïnformeerd over het aantal woninginbraken, geweldsincidenten en de werkzaamheden van de politie die plaatsvinden in hun buurt is dat deze manier van communiceren een positieve bijdrage levert aan het veiligheidsgevoel van de inwoners van de gemeente Huizen. Ook kan worden geconcludeerd dat in dit verband de uitspraak “hoe meer, hoe beter” klopt.

Hoe

In de enquêtes en de halfgestructureerde diepte-interviews is uitgebreid aandacht besteed aan de communicatiemiddelen die (kunnen) worden ingezet om de burger te informeren over veiligheid en incidenten die zich afspelen in hun woonomgeving. Uit de resultaten van de enquêtes kunnen een aantal conclusies worden getrokken:

- 4,7% van de respondenten ontvangt nog geen informatie over incidenten en veiligheid van de politie via folders en flyers, maar wil dit wel graag ontvangen.
- 3,3% van de respondenten bezoeken nog geen open dagen, maar hebben wel behoefte aan dit communicatiemiddel.
- 19,9% van de respondenten ontvangt geen informatie over incidenten en veiligheid van de politie via e-mail, maar wil via dit middel graag informatie ontvangen.
- 18,4% van de respondenten ontvangt informatie over incidenten en veiligheid van de politie via huis-aan-huisbladen, maar wil **niet** via dit middel informatie ontvangen.
- 48,8% van de respondenten geeft aan behoefte te hebben aan informatie over incidenten en veiligheid via nieuwe media en interactieve media, 40,3% staat hier neutraal tegenover en 10,9% heeft hier geen behoefte aan.
- De meeste respondenten ontvangen informatie over incidenten en veiligheid van de politie via internet (62,7%) en huis-aan-huisbladen (62,7%). Ook de krant, e-mail en sms zijn populair. Middelen die minder populair zijn, zijn folders/ flyers en open dagen en sociale media als Twitter en Hyves.

Hieruit kan worden geconcludeerd dat de behoeften van de inwoners van de gemeente Huizen aan folders, flyers en open dagen niet groot zijn. Communicatiemiddelen als e-mail, huis-aan-huisbladen internet en berichten in de krant daarentegen worden zeer gewaardeerd. Ook heeft een groot deel van de respondenten behoefte aan communicatie via nieuwe en interactieve media als Twitter en SMS. Folders, flyers en open dagen moeten echter niet worden achtergesteld door de communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek. Ook al geeft een laag percentage van de respondenten aan behoefte te hebben aan communicatie via deze middelen, het percentage respondenten dat aangeeft wel behoefte te hebben aan informatie via deze kanalen is hoger dan het percentage respondenten dat momenteel informatie ontvangt via deze middelen. Hier ligt dus een kans!

4.2 Beantwoording hoofdvraag

Welk effect heeft de communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek op het veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen?

Omdat veiligheidsgevoel een subjectief verhaal is heeft de communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek bij iedereen een ander effect op het veiligheidsgevoel. Dit kwam ook duidelijk zichtbaar uit het onderzoek naar voren.
Omdat de communicatie van de politie via veel verschillende kanalen plaatsvindt (het ene middel is duidelijk zichtbaar en wordt naar de burger toe gebracht, bijvoorbeeld buitenreclame en huis-aan-huisinformatie en het andere middel speelt meer in op eigen initiatief, zoals informatie die burgers op internet kunnen zoeken), kan een onderscheid gemaakt worden tussen middelen en effecten.

- Uit de enquête is gebleken dat 34% van de respondenten zich veiliger gaat voelen wanneer zij meer informatie van de politie ontvangen over incidenten die zich afspelen in hun woonomgeving. 41% van de respondenten geeft aan zich niet veiliger of minder veilig te voelen bij meer communicatie. Er bestaat een grote kans dat het, nog niet bestaande, effect van communicatie bij deze 41% omslaat in een positief effect wanneer de communicatie meer op hun behoeften wordt afgestemd. Dat betekent dat voor 75% van de inwoners van de gemeente Huizen meer communicatie een positief effect heeft op het veiligheidsgevoel. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de politie Gooi en Vechtstreek meer informatie aan de burger moet verstrekken over incidenten die zich afspelen in hun omgeving.

- De respondenten die liever niet meer informatie over incidenten vanuit de politie willen ontvangen geven aan dat de reden hiervoor is dat ze zich nu niet onveilig voelen, ook al gebeuren er allemaal incidenten in de omgeving, maar wanneer zij hier wel van op de hoogte zouden worden gebracht beïnvloedt dat het veiligheidsgevoel zeer negatief. Veel mensen projecteren gebeurtenissen die zich in de wereld afspelen snel op zichzelf, zo blijkt uit de diepte-interviews. Bij deze personen wordt hun veiligheidsgevoel sterk beïnvloed door wat er in het nieuws te zien is. Door een bepaalde gebeurtenis kan een massahysterie ontstaan, wat een effect is dat communicatieprofessionals juist niet willen bereiken.

- Communicatie vindt steeds meer plaats via nieuwe en sociale media. Dit is immers een van de trens op het gebied van overheidscommunicatie, zo blijkt uit paragraaf 3.1.[26] Het gebruik van deze media wordt door de burger als prettig ervaren, omdat deze media de mogelijkheid bieden iemand persoonlijk te kunnen benaderen en heel specifiek te vragen over hoe zit het met het probleem waar die persoon als individu last van heeft. De burger krijgt zo een antwoord dat op maat is en is afgestemd en tegelijkertijd heeft de politie een directe verbinding met de burger dat kan worden ingezet als een verlengstuk van de opsporing.

- Veel zichtbaarheid van de politie wekt veel verschillende reacties, gedachtes en gevoelens op bij de burger. Op het effect van dit communicatiemiddel is geen vinger te leggen. Een groep mensen voelt zich veiliger bij meer zichtbaarheid van de politie en een andere groep mensen voelt zich juist minder veilig of gaat zich zorgen maken. Wel kan worden gesteld dat weinig zichtbaarheid van de politie, voornamelijk bij burgers die in een wat roeriger gebied wonen, leidt tot gedachten over het feit of de politie wel bezig is met de problemen in dat gebied. En dat wekt irritatie. Wanneer de politie zichtbaar is geeft dat de burger het gevoel dat de politie investeert in en zijn bijdrage levert aan de veiligheid van een bepaald gebied. Dat geeft de burger een veilig gevoel.
Wanneer de politie zichtbaar is, door initiatieven op het gebied van veiligheid en toegankelijkheid toe te lichten aan de burger aan de hand van communicatiemiddelen die duidelijk zichtbaar zijn en die de burger op verschillende plaatsen tegenkomt, geeft dat de burger het gevoel dat de politie gemakkelijk te benaderen is. Het verlaagt voor de burger de drempel om naar de politie toe te stappen wanneer er iets speelt en het verkleint de afstand tussen de politie en de burger, die nu als groot wordt ervaren.

[26] http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/notas/2010/04/01/doel-en-werkwijze-overheidscommunicatie.html

Meer zichtbaarheid van de politie heeft ook na een bepaalde gebeurtenis een positief effect. Dan krijgen mensen het gevoel dat de politie er is om mensen te helpen bij het oplossen van bepaalde problemen. Het gevoel van veiligheid na een bepaalde gebeurtenis komt meestal op het moment dat er interactie is geweest met de politie over wat er gebeurd is. De mate waarin een persoon wordt gerustgesteld door de politie heeft een grote invloed op het veiligheidsgevoel van de burger. Deze interactie gaat niet over direct contact, maar juist over interactie via nieuwe en interactieve media

- Interactie met de politie heeft een geruststellend effect op het

veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen. Dit geldt vooral wanneer er iets speelt in de woonomgeving van de burger. Die interactie hoeft niet letterlijk een persoon te zijn, zoals een wijkagent, maar kan ook via een algemeen kanaal plaatsvinden. Dit kan bijvoorbeeld een Facebook pagina zijn, waarop lokaal nieuws wordt verspreid. Wanneer er nieuws naar buiten wordt gebracht over iets dat een individu of een groep mensen in het bijzonder aan gaat, kunnen deze mensen een reactie geven. Als een agent daar vervolgens een reactie op geeft en er vindt interactie plaats vergroot dat de veiligheidsbeleving meer dan eenzijdige communicatie.
Dit wil niet zeggen dat eenzijdige communicatie geen positief effect kan hebben op het veiligheidsgevoel van de burger. Zij krijgen namelijk ook een goed gevoel wanneer de politie gericht communiceert over hoe zij met bepaalde problemen bezig is. Als wordt aangegeven dat de politie heeft gesignaleerd dat er iets heeft plaatsgevonden in een bepaalde omgeving en dat zij hier iets aan gaat doen heeft dit al een positief effect op het veiligheidsgevoel. Dan communiceert de politie niet alleen over datgene wat er gebeurd is, maar ook over datgene wat de politie eraan gaat doen.

Zoals eerder aangegeven heeft alle communicatie vanuit de politieorganisatie twee kanten. De ene persoon voelt zich veilig omdat ze nu weet wat er speelt en kan uitzoeken hoe zij zich daartegen kan wapenen, en de andere persoon voelt zich onveilig omdat zij weet wat diegene allemaal wel niet kan overkomen.

Hoofdstuk 5. Aanbevelingen en adviezen

1. Communicatie op maat

De burger wenst de communicatie van de politie Gooi en Vechtstreek meer op maat. Zij vinden dat ze te weinig invloed hebben op de keuzen voor de communicatiemiddelen die worden ingezet en de informatie die via deze middelen aan de burger wordt verstrekt. Er zijn verschillende middelen die kunnen worden ingezet om de communicatie meer op maat te maken en de informatie meer persoonlijk op de burger af te stemmen. Een daarvan is de inzet van nieuwe en interactieve media. Via deze media worden zaken gericht gecommuniceerd aan de burgers die deze zaken ook daadwerkelijk aangaan. Door de informatie selectief te verspreiden wordt een overload aan informatie voor de mensen die deze zaken niet aangaan voorkomen. Bij informatieverstrekking in de vorm van nieuwe media moet de burger centraal staan, zodat het doel om hen te voorzien van de informatie die zij wensen kan worden behaald. Uit de praktijk blijkt dat grote voorlichtingscampagnes vaak wel kennis overbrengen bij de ontvanger maar geen attitudeverandering teweegbrengen. [27] De meer persoonlijke benadering en het verstrekken van informatieve boodschappen op maat kunnen die attitudeverandering wel teweegbrengen. Dat betekent dat de nieuwe media een positieve bijdrage kunnen leveren aan het veiligheidsgevoel van de burger. Bij het ontwikkelen van ideeën voor communicatie(middelen) op maat is het belangrijk dat er constant vanuit het perspectief van de burger wordt gekeken. Om attitudeverandering te bereiken moeten de middelen worden afgestemd op de leefstijl van de burger. Dit kan worden gerealiseerd door middel van het persoonlijk contact leggen met burgers of het organiseren van bijeenkomsten. “De ervaring leert echter dat daar veelal dezelfde mensen op afkomen. Vooral het gebruik van internet biedt naar verwachting grote (interactieve) mogelijkheden om de betrokkenheid van burgers bij de veiligheidszorg te vergroten en te verbreden.”[28]

[27] Schuurmans, U. (2008). *Digitale Marketing en Communicatie.* Culemborg: van Duuren Media. Bladzijde 36.

[28] Versteegh, P. (2005). *Informatiegestuurde veiligheidszorg.* Dordrecht: Stichting SMVP Producties. Bladzijde 45.

A. Inzetten van nieuwe media

Nieuwe media hebben een aantal voordelen ten opzichte van de traditionele media als bijvoorbeeld folders en posters. Ook met oog op papier- en kostenbesparing, wat niet perse nodig is maar wat wel een groot voordeel is, is het voor de communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek van belang om naar alternatieven te zoeken en het gebruik van de traditionele middelen niet meer centraal te stellen.

Omdat nieuwe media vaak voor veel mensen zichtbaar zijn en bijna overal te gebruiken zijn, dragen deze media ook bij aan de zichtbaarheid van de politie en daarmee aan het veiligheidsgevoel van de burger. De politieorganisatie wordt gemakkelijker bereikbaar en zo wordt de drempel voor de burger bij het zoeken van contact met de politie verlaagd. De vergemakkelijking van de bereikbaarheid van de politieorganisatie levert een belangrijke bijdrage aan het veiligheidsgevoel van de burger. Door het inzetten van deze media wordt het voor de burger mogelijk gemaakt het gezicht dat zij wil zien bij haar wijk te generaliseren.

Uit het onderzoek is ook gebleken dat de burger behoefte heeft aan meer en snellere interactie met de politie over incidenten die plaatsvinden of hebben plaatsgevonden in hun omgeving. Ook hier is het gebruik van nieuwe media een oplossing voor. Deze media en middelen zijn sneller, effectiever en er is een snellere terugkoppeling mogelijk waardoor mensen meer betrokken worden gemaakt en communicatie beter kan worden afgestemd. Een aandachtspunt bij de inzet van deze middelen is het feit dat er een risico bestaat dat zaken te snel worden gecommuniceerd of boodschappen verkeerd worden opgevat. Dan heeft de snelle verspreiding juist een negatief effect. Wanneer intern goede afspraken gemaakt worden over de inzet en het gebruik van deze middelen is de kans op miscommunicatie echter zeer klein.

B. Facebook

Facebook is een sociaal hulpmiddel waarmee mensen in contact komen met de mensen om hen heen.[29] Dit middel kan door de politie worden ingezet om aanspreekpunten te creëren, de politie beter vindbaar en zichtbaar te maken en ook om aan de burger te laten zien dat de politie open staat voor interactief contact. Al deze aspecten leiden ertoe dat de

[29] http://pc-en-internet.infonu.nl/communicatie/21114-facebook-hoe-gebruik-je-het.html

drempel die de burger nu ervaart om naar de politie te stappen of dingen met een politieagent te bespreken wordt verlaagd. Ook is het aannemelijk dat vanuit het perspectief van de burger gezien het idee van “de politieorganisatie” op deze manier vervaagd doordat het leggen van contact een stuk makkelijker wordt gemaakt.

Uitvoering

De politieregio Gooi en Vechtstreek is opgedeeld in verschillende wijkteams. De gemeente Huizen valt onder het wijkteam Huizen/ Blaricum. Wanneer per wijkteam een Facebookpagina wordt aangemaakt en het beheer van deze pagina per wijkteam wordt uitgevoerd blijft de organisatie overzichtelijk en behapbaar. Per wijkteam wordt één persoon aangesteld die de taak op zich krijgt om de internetpagina bij te houden. Voor deze persoon wordt hiervoor bijvoorbeeld wekelijks of dagelijks tijd ingepland.
Op de Facebookpagina worden algemeenheden gedeeld en kunnen specifieke vragen van de burger aan de (wijk)agent (en andersom) worden beantwoord. Er worden dagelijks of wekelijks berichten geplaatst over de incidenten die hebben plaatsgevonden in een bepaalde wijk en hier wordt door de wijkagent terugkoppeling over gegeven. Deze vorm van interactie wordt mogelijk gemaakt door een tabel op de pagina te plaatsen met daarin informatie over wie de wijkagent is van welke wijk. Als optie wordt hierin meegenomen een foto en e-mailadres van elke wijkagent bij te voegen. Uit het onderzoek is immers gebleken dat de burger behoefte heeft aan een gezicht als boegbeeld van de wijkveiligheid. Deze optie is alleen in goed overleg mogelijk, omdat wijkagenten niet veel tijd hebben voor extra’s en misschien niet voor elke vraag willen worden gemaild. Wanneer niet voor deze optie wordt gekozen wordt gebruik gemaakt van het algemene e-mailadres van de politie Gooi en Vechtstreek, waar de burger haar e-mail naar toe kan sturen waarin zij kan aangeven aan welke wijk en wijkagent de vraag gericht is.

*De link die staat aangegeven bij voetnoot 29 bevat informatie over hoe een Facebook account kan worden aangemaakt, wat je ermee kunt doen en voordelen en nadelen aan dit sociale netwerk.

C. Twitter

Twitter is een sociaal medium dat informatie snel verspreid aan vrienden, familie, collega’s of andere geïnteresseerden. [30] Dit middel wordt bij de Nederlandse politieorganisatie al regelmatig ingezet. Toch is het nu nog vaak iets waarvan agenten vaak zelf bepalen wat ze Twitteren, wanneer en wie hun berichten mogen zien en de informatie is niet aan een bepaald gebied verbonden.
Wijkgerichte Twitteraccounts zorgen ervoor dat de communicatie tussen burgers en de politie snel verloopt en dat de informatie die wordt doorgegeven betrekking heeft op een bepaalde wijk. De informatie wordt dan vanuit het perspectief van de burger gezien een stuk persoonlijker en relevanter in plaats van allemaal informatie door elkaar dat betrekking kan hebben over de hele regio of zelfs het hele land. De burger en de politie brengen elkaar beter en sneller op de hoogte van wat er speelt in de buurt doordat de personen die in een bepaalde wijk wonen en/of werken vaak al weet hebben van wat er speelt in de buurt. Ook hebben de burger en de politie interactie over zaken als wat er aan een bepaald probleem gedaan wordt. Zo worden nieuwe ideeën en samenwerkingen snel en efficiënt op gang gezet.

Uitvoering

De bewoners van een wijk melden zich aan bij een Twitteraccount die de wijkagent van die wijk bijhoudt. Hier wordt dan niet alleen gecommuniceerd over wat er speelt, maar ook wat de politie (of partners) eraan gaat doen. Om ervoor te zorgen dat elke wijkagent gelijke mogelijkheden heeft bij het inzetten van dit middel worden zij allen voorzien van een Blackberry.
Dit heeft, net als de inzet van facebook, een positief effect op het veiligheidsgevoel van de burger. De politie is meer zichtbaar en interactieve communicatie wordt vergemakkelijkt.

Deze nieuwe media (middelen) kunnen ook bijdragen aan het contact tussen de burger en agenten. Uit het onderzoek blijkt dat 85,3% van de respondenten zich veiliger voelt wanneer de politie meer zichtbaar is in hun omgeving. Wanneer, bijvoorbeeld bij overlast, communicatiemiddelen

[30] http://www.twitterinfo.nl/

worden ingezet waaruit blijkt dat de politie het probleem heeft gesignaleerd en eraan gaat werken, krijgen zij vertrouwen in het feit dat de politie zich bezig houdt met de zaken die spelen in de wijk. Problemen worden opgepakt en de wijkagent vraagt de burger om een reactie en andersom. Hierdoor voelen respondenten zich niet direct veiliger, maar dat contact wordt toch als een prettige ervaring gezien. Dit contact is moeilijk van tevoren af te stemmen omdat niemand van tevoren weet wat er gaat plaatsvinden, en het zou tijdbesparend zijn als deze afspraken niet van tevoren worden gemaakt, maar de burger met de politie in contact kan komen en een vraag kan stellen op het moment dat er iets heeft plaatsgevonden. Bijkomend voordeel is dat de burger zelf de keuze kan maken om op de hoogte te blijven van incidenten die zich afspelen in hun woonomgeving. De mensen die zich juist onveiliger gaan voelen door deze informatie hoeven deze informatie dan niet tot zich te nemen.

D. Traditionele middelen

Ondanks het feit dat uit het onderzoek blijkt dat de burger weinig waarde hecht aan de traditionele middelen, wordt de communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek toch geadviseerd de inzet van middelen als folders, flyers en posters niet te laten vallen. Ook deze middelen dragen bij aan de zichtbaarheid van de politieorganisatie en ze bevatten veel algemene informatie waar de burger in bepaalde omstandigheden wel degelijk wat aan heeft.

2. Het accent van de informatie verplaatsen

Uit het onderzoek is gebleken dat de burger behoefte heeft aan een ander accent van de communicatie vanuit de politie. Zij wensen dat het accent meer wordt gelegd op de afhandeling van zaken die hebben gespeeld.
Wanneer het accent van de informatie verschuift worden misschien ook de personen die in het onderzoek hebben aangegeven zich minder veilig te voelen van informatie over incidenten die zich afspelen in hun woonomgeving gerustgesteld. Dan willen misschien juist deze mensen worden geïnformeerd.

Uitvoering

Nu worden er landelijk persberichten uitgestuurd wanneer een incident heeft plaatsgevonden. Achteraf wordt alleen, onder andere door persberichten, door de politie gecommuniceerd wanneer een aanhouding is verricht of welke maatregelen worden genomen bij bepaalde pieken van bijvoorbeeld inbraakgolven in een bepaalde buurt. Er wordt in veel gevallen echter nog niet achteraf door de politie gecommuniceerd hoe een incident is afgelopen of een moeilijke situatie is opgelost. Deze zaken zijn juist van belang om naar de burger te communiceren om zo de drempel te verlagen en het veiligheidsgevoel te vergroten. De communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek wordt dan ook geadviseerd de afhandeling en afloop van zaken zoals ongevallen en andere calamiteiten die hebben gespeeld in een omgeving naar de burgers die woonachtig zijn in dat gebied te communiceren door middel van persberichten. Wanneer het een kleine groep mensen aangaat of het verloop van het incident naar het gevoel van de politie te klein is om een persbericht aan te wijden, wordt dit in plaats van via een persbericht of artikel via de nieuwe interactieve mediakanalen gecommuniceerd.
Hier is het wel van belang dat deze persberichten achteraf niet in te grote getallen aan de media worden verzonden, om aandachtsverslapping en overload aan informatie bij de burger te voorkomen.
Bijkomend voordeel dat komt kijken bij het betrekken van personen die zich al betrokken voelen bij de politie, en dat laten blijken door zich aan te melden voor bepaalde informatievoorzieningen, is dat de opsporingskansen aanzienlijk worden vergroot. Informatieverstrekking zal gaan bijdragen in een onderlinge communicatie, waardoor je met informatie geven ook informatie terug krijgt en aangezien de politieorganisatie informatie gestuurd werkt is dit van groot belang. Dit alles zou bijdragen aan de effectiviteit van de communicatie-inzet met als doel het versterken van het veiligheidsgevoel van de burger.

Literatuurlijst

Literatuur

- Verhoeven, N. (2008). *Wat is onderzoek?* Amsterdam: Boom Uitgevers.
- C.J.C.F. Fijnaut, E.R. Muller & U.R. Rosenthal (1999). *Politie. Studies over haar werking en organisatie.* Alphen a/d Rijn: Samsom
- Schuurmans, U. (2008). *Digitale Marketing en Communicatie.* Culemborg: van Duuren Media.
- Versteegh, P. (2005). *Informatiegestuurde veiligheidszorg.* Dordrecht: Stichting SMVP Producties.
- Zwart, C. (2004). *Over het wezen van de Nederlandse politie. Gesprekken met Ries Straver.* Hollands Midden Leiderdorp: politie.
- Jumelet, L. en Wassenaar, I. (2003). *Overheidscommunicatie.* Utrecht/ Zutphen: ThiemeMeulenhoff.
- Groenendijk, W. en Boulogne, G. (1994). *Crisiscommunicatie*. Amersfoort: Drukkerij Wilco.
- Floor en Van Raaij, J.M.G. en W.F. (2006). *Marketingcommunicatiestrategie.* Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff
- Pauw, B.M.J. (1998). *Lobbyen.* Alphen aan den Rijn/ Diegem: Samsom.
- Schuurmans, U. (2008). *Digitale Marketing en Communicatie.* Culemborg: van Duuren Media.

Internet

- http://blog.youngworks.nl/signalen/een-agent-als-hyvesvriend
- www.politie.nl
- www.politiegooi.nl
- www.pinpoint.nl/crisismanagement
- www.huizen.nl
- http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/notas/2010/04/01/doel-en-werkwijze-overheidscommunicatie.html
- www.scp.nl
- http://www.encyclo.nl/begrip/Objectieve%20(on)veiligheid
- http://twitter.com/#!/politiegv
- www.mediatheek.hu.nl/
- www.echo.nl
- http://pc-en-internet.infonu.nl/communicatie
- www.twitterinfo.nl/

Intranet

- http://korpsnetgooi.politie.local/

Onderzoeksrapporten

- Dimensus beleidsonderzoek (2010). *Integrale Veiligheidsmonitor 2009 Gooi en Vechtstreek*. Breda: Dimensus.
- Gemeente Huizen (2010). *Kadernota Integraal Veiligheidsbeleid 2011-2014: "Veilig Huizen en Veilig Houden!"*. Huizen.
- Hoitsma A. *"Mag het licht uit?"* Onderzoek Rijksuniversiteit Groningen.

Interviews

- 2 respondenten van de enquête, woonachtig in de gemeente Huizen
- 1 wijkagent werkzaam en woonachtig in de gemeente Huizen

Bijlagen 45

Bijlage 1: Plan van aanpak 46

Bijlage 2: Organogram 50

Bijlage 3: Enquête 54

Bijlage 4: Resultaten enquête 60

Bijlage 5: Diepte-interview 77

Bijlage 6: Uitgewerkte diepte-interviews 78

Bijlage 7: Artikelen Huizer Courant 92

Bijlage 8: Artikel Gooi en Eemlander 94

Bijlage 1: Plan van aanpak

Wat is het probleem?
Er is nog niet in kaart gebracht wat het effect is van de mate van informatieverstrekking vanuit de Politie Gooi en Vechtstreek op het veiligheidsgevoel van de burger.

Wat wil de opdrachtgever? Waarom?
De communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek zou er in de toekomst veel aan hebben wanneer inzicht wordt verkregen in de manier waarop communicatie op een positieve manier kan bijdragen aan het veiligheidsgevoel van de burger. Dit is van groot belang voor het afstemmen van de communicatie met en naar de burger en de gemeente. Het probleem hierbij is dat nog niet in kaart is gebracht wat de mate van informatieverstrekking vanuit politie Gooi en Vechtstreek doet met het veiligheidsgevoel van de burger.

Wat ligt er al of is er al gedaan?
De gemeente Huizen sluit sinds een aantal jaar aan bij de Integrale Veiligheidsmonitor. De Integrale Veiligheidsmonitor (IVm) is een jaarlijks terugkerend bevolkingsonderzoek naar veiligheid, leefbaarheid en slachtofferschap op landelijk, regionaal en lokaal niveau. Er is een lokaal onderzoek van de gemeente Huizen beschikbaar over het jaar 2009.

Wat ga jij nu onderzoeken? Waarom?
De volgende punten ga ik onderzoeken:

- Wat het effect is van de mate van informatieverstrekking over incidenten vanuit de politie Gooi en Vechtstreek op het veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen.
- Of er een verband is tussen de hoeveelheid informatie die de burgers van de gemeente Huizen van de politie ontvangen en het veiligheidsgevoel. Klopt de uitspraak “hoe meer, hoe beter” in dit verband? Dit is vaak bij commerciële organisaties de insteek, maar bij de politie als overheidsorganisatie kan dit heel anders liggen.
- Op welke manier de communicatie van de politie Gooi en Vechtstreek op een positieve manier kan bijdragen aan het veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen.

Hoe ga je dat onderzoeken? Waarom zo?
Bij het onderzoek worden twee groepen betrokken: politie Gooi en Vechtstreek en de burgers van de gemeente Huizen. Valkuil bij het uitvoeren van onderzoek op dit gebied is dat veiligheid een lastig te definiëren begrip is. Iedereen verstaat wat anders onder veiligheid. Elk persoon voelt zich onder andere omstandigheden en bij het nemen van andere maatregelen veilig of juist niet. Om te weten te komen in welk kader veiligheid moet worden geplaatst bij dit onderzoek zal deze vraag aan de doelgroep worden voorgelegd.

Probleemomschrijving: Het is onbekend welk effect de communicatie en informatieverstrekking over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek heeft op het veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen.

Beleidsvraag: Hoe kan de politie Gooi en Vechtstreek haar communicatie inzetten om het veiligheidsgevoel van de burger op een positieve manier te beïnvloeden?

Beleidsdoelstelling: De effectiviteit van de communicatie-inzet voor het vergroten van het veiligheidsgevoel versterken.

Onderzoeksvraag: Wat zijn de mogelijkheden voor de politie Gooi en Vechtstreek van het inzetten van communicatie over incidenten voor het vergroten van het veiligheidsgevoel van de burger?

Deelvragen

1. Hoe veilig is het in de gemeente Huizen ten opzichte van de rest van Nederland?
* De variabele veiligheid valt in dit geval onder de objectieve veiligheid.

2. Hoe veilig voelden burgers in de gemeente Huizen zich in het jaar 2010?
* De variabele veiligheid valt in dit geval onder de subjectieve veiligheid.
    - Wat verstaat de burger onder veiligheid?
    - Welke factoren beïnvloeden dit?

3. Welke rol speelt de communicatie over incidenten van de politie Gooi en Vechtstreek in de veiligheidsbeleving van de burgers?
    - Wat communiceert de politie Gooi en Vechtstreek nu met betrekking tot incidenten?
    - Hoe communiceert de politie Gooi en Vechtstreek dit?
    - Is de communicatie per doelgroep afgestemd?
    - Wat wil de burger dat er gecommuniceerd wordt met betrekking tot incidenten? Waarom?
    - Hoe kan communicatie een bijdrage leveren aan het veiligheidsgevoel van de burger?

Begrippenlijst

Bij het concretiseren van de variabelen is het van belang de gebruikte begrippen te operationaliseren. De begrippen uit de vraagstellingen worden zo uitgewerkt in concrete meetinstructies.

Objectieve veiligheid: Veiligheid die objectief vaststelbaar is, bijvoorbeeld aan de hand van het aantal geregistreerde inbraken, het objectieve bestaan van slachtofferschap van misdrijven, rampen en ongevallen.
Subjectieve veiligheid: De mate waarin iemand zich veilig voelt, ook wel het veiligheidsgevoel genoemd.
Huizen: Dorp in het Gooi. Per 1 januari 2010 telde de gemeente Huizen 41.946 inwoners.
Burger: Een inwoner van een gemeente, stad, dorp, staat of land. In feite is iedereen een burger.
Factoren: Omstandigheden die invloed op iets uitoefenen.
Politie Gooi en Vechtstreek: Één van de 26 politiekorpsen in Nederland.
Beïnvloeden: Invloed uitoefenen op iets of iemand. Iets of iemand proberen te veranderen.
Communicatie: Het overbrengen en/ of ontvangen van een boodschap.
Doelgroep: De groep die men met een bepaalde aanpak wil bereiken of de groep waarop een bepaalde actie is gericht.
Afstemmen: Activiteiten en plannen onderling aanpassen en in overeenstemming brengen.

Onderzoeksmethoden

Deskresearch
Kwantitatief onderzoek
    - Enquêtes
Kwalitatief onderzoek
    - Halfgestructureerde diepte-interviews

Onderzoeksmethode per deelvraag

1. Hoe veilig is het in de gemeente Huizen ten opzichte van de rest van Nederland?
Omdat het hier om de objectieve veiligheid gaat is het van belang met cijfers te kunnen aantonen hoe veilig de gemeente Huizen in werkelijkheid is. Door het verrichten van deskresearch kunnen rapporten en onderzoeken met betrekking tot acties die zijn ,en worden, ondernomen om de veiligheid in de gemeente te vergroten worden ingezien. Zo kan een beeld worden gevormd van de werkelijke veiligheid zoals deze in kaart is gebracht. Ook de gemeente Huizen beschikt over rapporten met onder andere criminaliteitscijfers. Het meetbaar maken van deze deelvraag is van belang, omdat hierdoor een vergelijking van de objectieve en subjectieve veiligheid mogelijk wordt gemaakt.

2. Hoe veilig voelden burgers in de gemeente Huizen zich in het jaar 2010?

- Wat verstaat de burger onder veiligheid?
- Welke factoren beïnvloeden dit?

Het gaat hier om de subjectieve veiligheid, de veiligheid hoe burgers die ervaren in de gemeente Huizen. Door deskresearch wordt inzicht verkregen in onderzoeken met betrekking tot het veiligheidsgevoel van de burger. De uitkomsten van de eerder gedane onderzoeken kunnen worden meegenomen in de uiteindelijke vergelijking van dit onderzoek op het gebied van objectieve en subjectieve veiligheid.
Door kwantitatief onderzoek, in dit geval het afnemen van enquêtes, kan inzicht worden verkregen in hoe veilig de burgers zich voelen en waarom en kunnen deze uitkomsten meetbaar worden gemaakt en in overzichtelijke tabellen en grafieken worden weergegeven.
Kwalitatief onderzoek, in dit geval halfgestructureerde diepte-interviews met burgers, wijkagenten en communicatieprofessionals van de gemeente Huizen, draagt bij aan de diepgang van het onderzoek. Het is van belang niet alleen oppervlakkig onderzoek te doen, maar ook echt op de problematiek in te gaan om eventuele onderliggende gevoelens en meningen ook mee te nemen in het onderzoek.

3. Hoe kan de politie Gooi en Vechtstreek het veiligheidsgevoel van de burgers in de gemeente Huizen beïnvloeden door middel van communicatie?

- Wat communiceert de politie Gooi en Vechtstreek nu met betrekking tot incidenten?
- Hoe communiceert de politie Gooi en Vechtstreek dit?
- Is de communicatie per doelgroep afgestemd?
- Wat wil de burger dat er vanuit de politie gecommuniceerd wordt met betrekking tot incidenten? Waarom?
- Hoe kan communicatie een bijdrage leveren aan het veiligheidsgevoel van de burger?

Met deskresearch kan al voor een groot deel worden uitgezocht wat politie Gooi en Vechtstreek nu communiceert op het gebied van veiligheid en hoe dit wordt gedaan. Toch is het waarschijnlijk dat hierdoor zaken over het hoofd worden gezien, welke door kwalitatief onderzoek (het afnemen van diepte-interviews) wel naar voren komen.

Planning

De planning van dit onderzoeksrapport is ingedeeld in fasen. Onder de tabel staat per fase uitgelegd welke werkzaamheden deze inhoudt. De planning is bewust per week opgezet. Zo ontstaat er bij elke deadline een beetje speling.
Ik heb er bewust voor gekozen om te beginnen met het kwantitatieve onderzoek, omdat aan de hand van de resultaten van dit onderzoek bij het kwalitatieve onderzoek dieper op opvallende onderwerpen in kan worden gegaan. Zo kom ik erachter wat er momenteel speelt op het gebied van veiligheid in de gemeente Huizen en wat de inwoners bezighoudt. Aan de hand van de uitkomsten daarvan kan ik een zo effectief en efficiënt mogelijk kwalitatief onderzoek opstellen.

		Fase1	Fase2	Fase3	Fase4	Fase5	Deskresearch
Nov	W2	X					X
	W3	X					X
	W4	X					X
Dec	W1		X				X
	W2		X				X
	W3		X				X
	W4		X				X
Jan	W1		X				X
	W2		X				X
	W3		X				X
	W4		X				X
Feb	W1			X			X
	W2			X			X
	W3			X			X
	W4			X			X
Ma	W1			X			X
	W2			X			X
	W3				X		X
	W4				X		X
Apr	W1				X		X
	W2				X		X
	W3					X	X
	W4					X	X
Mei	W1					X	X
	W2					X	X
	W3					X	X

*X = Deadline

Fase 1
- Inlezen
- Achtergrond onderzoek
- Situatieschets politie Gooi en Vechtstreek
- Situatieschets gemeente Huizen
- Formuleren onderzoeksvragen en deelvragen

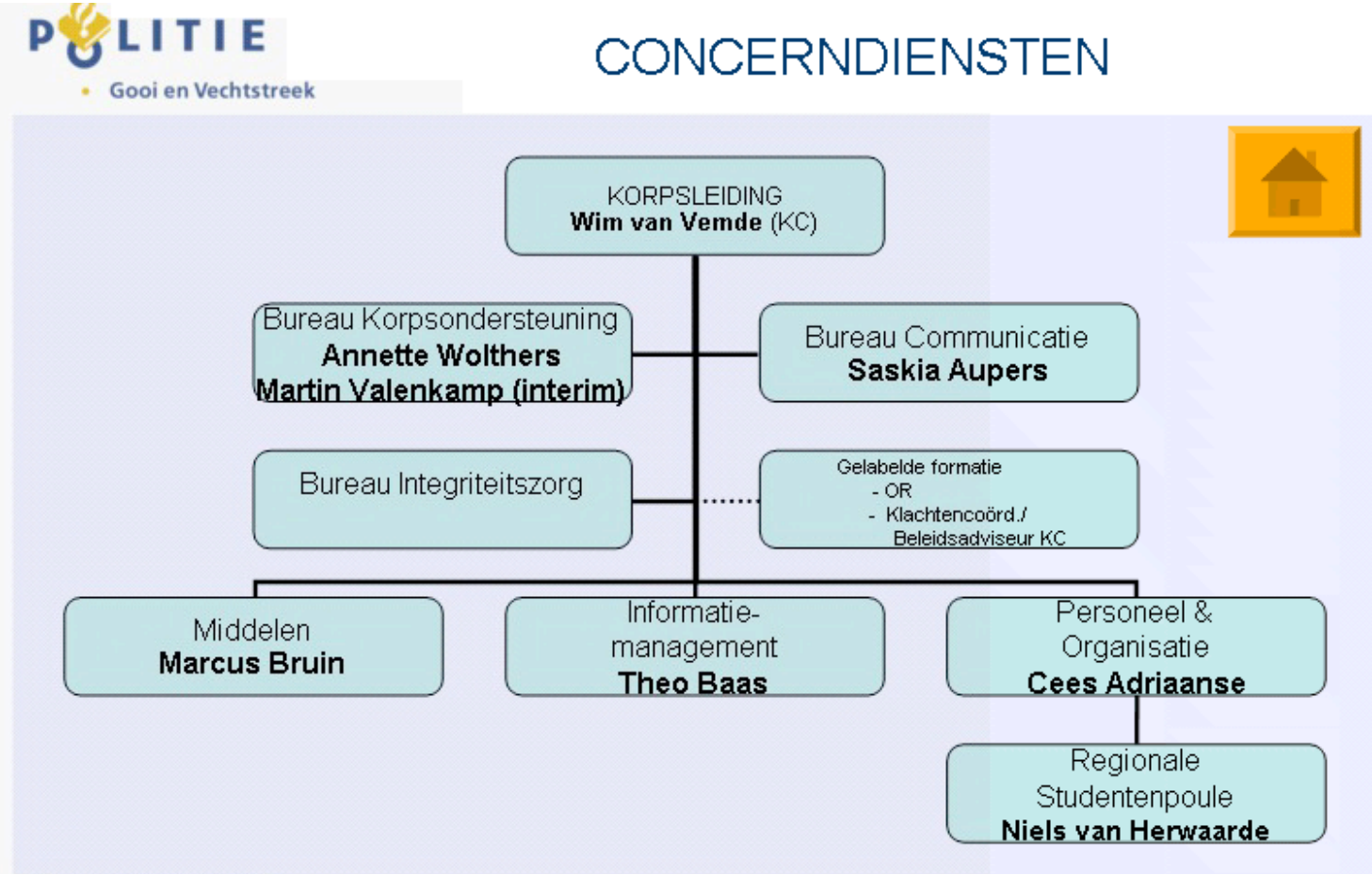
Fase 2
- Formuleren doelgroepen
- Middelen
- Opstellen onderzoek
- Contacten leggen

Fase 3
- Uitvoeren onderzoek

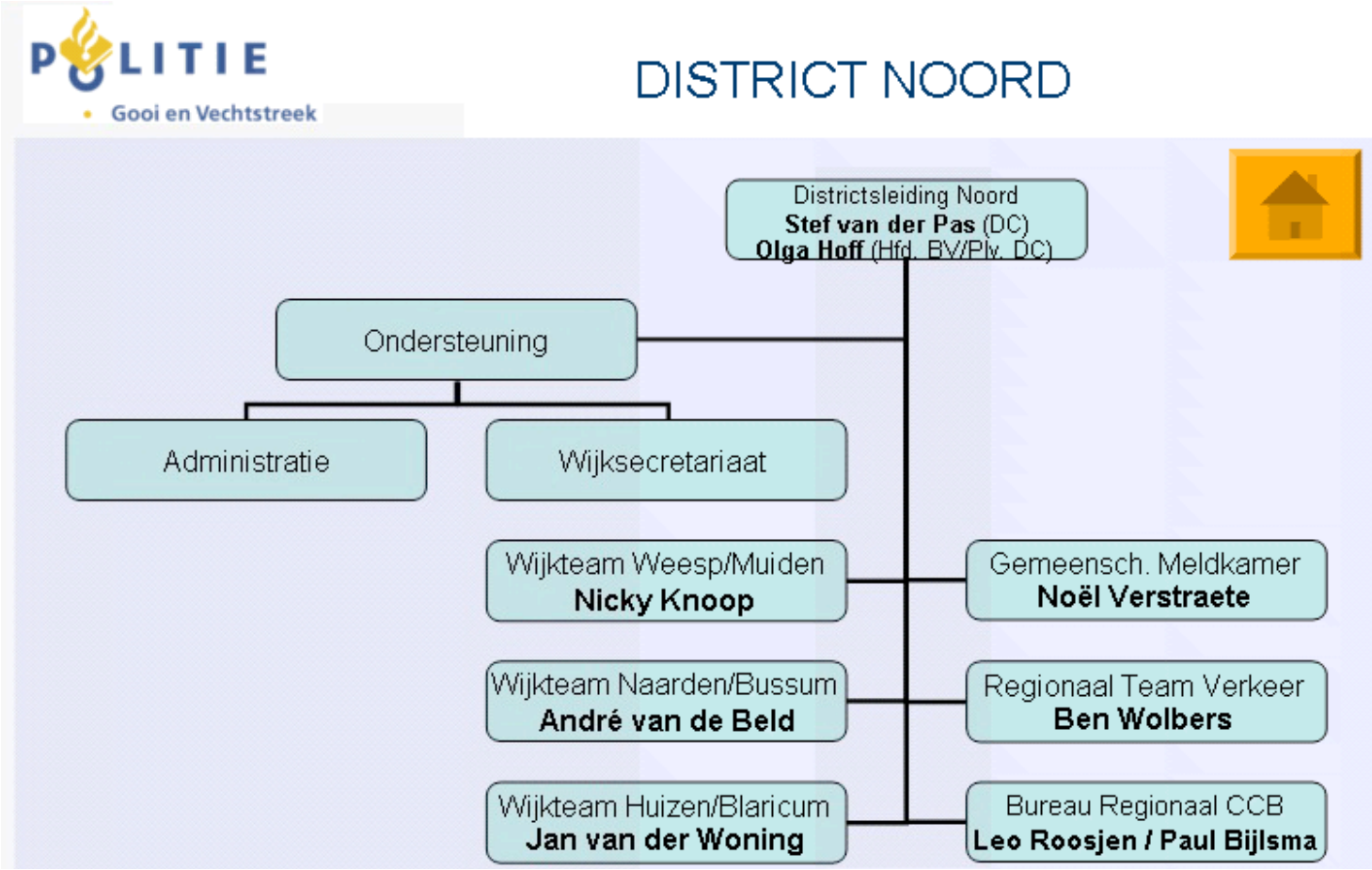
Fase 4
- Verwerken onderzoeksgegevens
- Advies/ aanbevelingen
- Conclusie

Fase 5
- Afronding

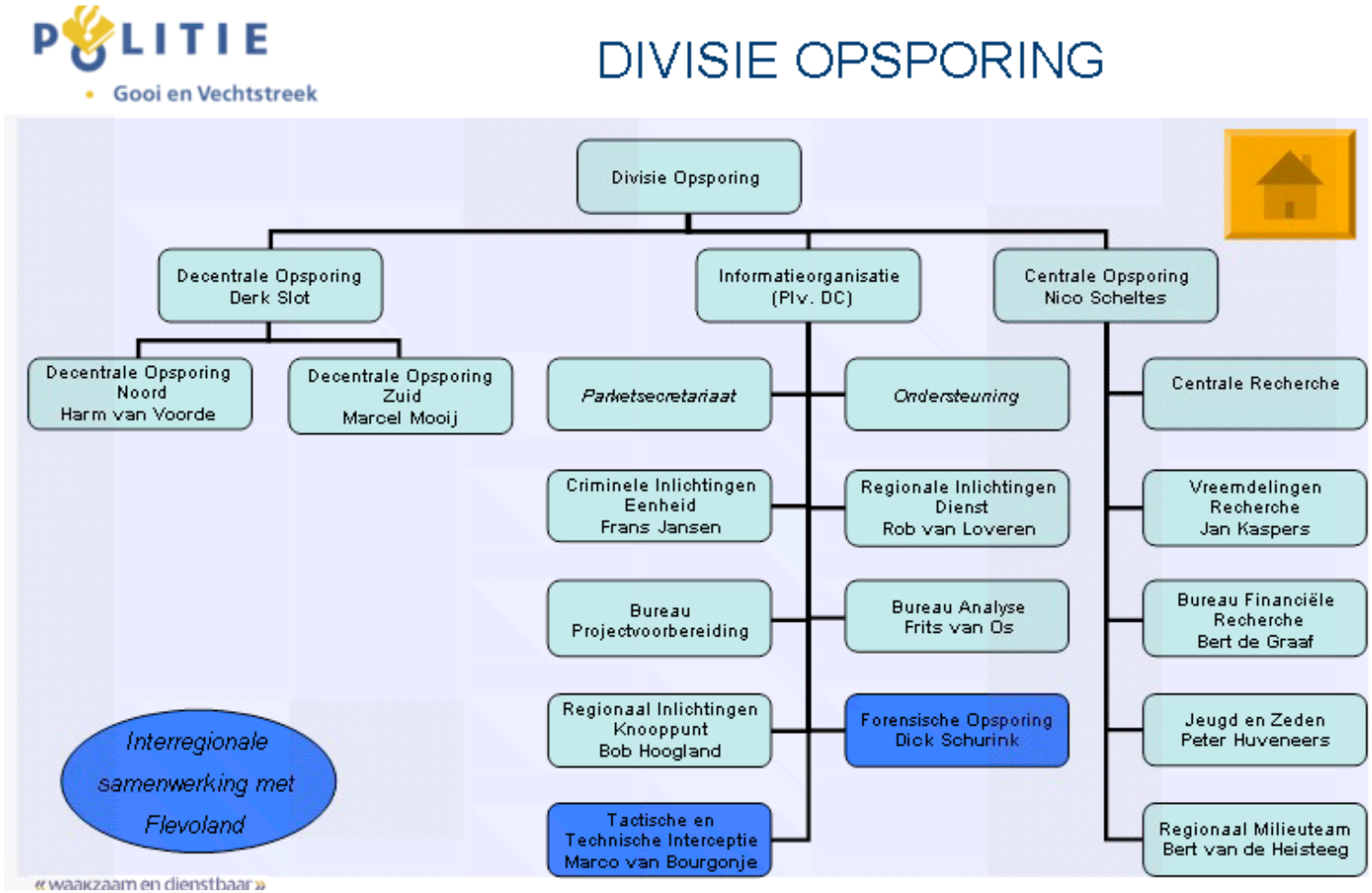
Bijlage 2: Organogram



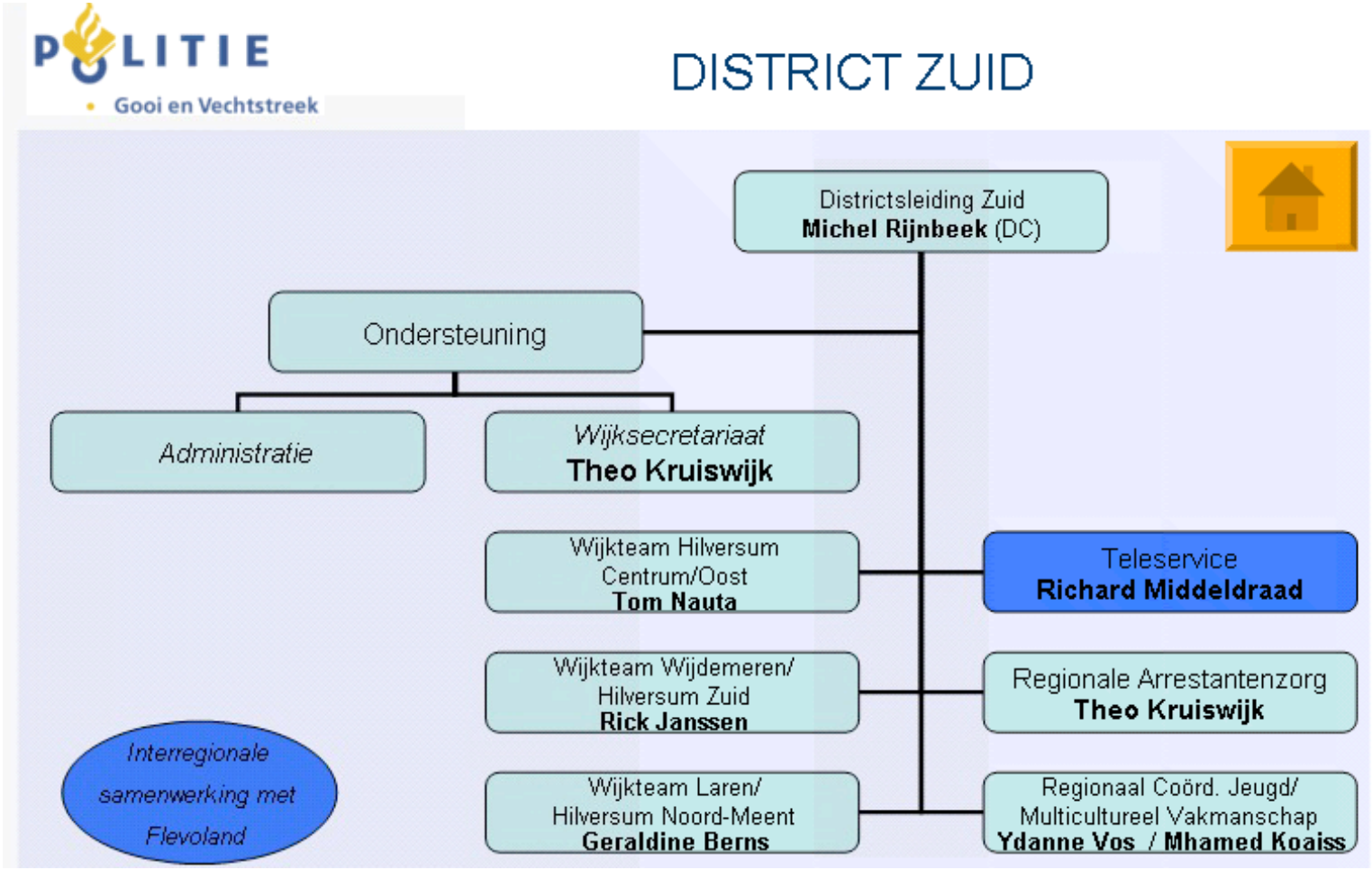
Figuur 2.1 (Politie Gooi en Vechtstreek, 2008)



Figuur 2.2 (Politie Gooi en Vechtstreek, 2008)



Figuur 2.3 (Politie Gooi en Vechtstreek, 2008)



Figuur 2.4 (Politie Gooi en Vechtstreek, 2008)

Veiligheidsgevoel Huizenaars

1. Algemene informatie

Wilt u bijdragen aan een veiliger Huizen? Vul dan de enquête in en maak kans op een leuke hotelovernachting voor twee!

Omdat ik uw medewerking zeer waardeer, wordt onder de respondenten een leuke hotelovernachting voor twee verloot. Indien u wilt meedingen voor deze prijs stuur dan uw naam en telefoonnummer naar: nina.bosboom@gooi.politie.nl. Natuurlijk kunt u ook mailen voor vragen en op- of aanmerkingen.

*** 1. Wat is uw geslacht?**

- ◯ Man
- ◯ Vrouw

*** 2. Wat is uw leeftijd?**

- ◯ 15-30
- ◯ 30-50
- ◯ 50-65
- ◯ 65+

3. In welke wijk woont u?

- ◯ Sijsjesberg
- ◯ Bijvanck
- ◯ Bovenweg
- ◯ Crailo
- ◯ Huizermaat
- ◯ Oostermeent
- ◯ Oude dorp
- ◯ Stad en Lande
- ◯ Vierde Kwadrant
- ◯ Zenderwijk

Anders, namelijk: _____

Figuur 3.1 (Survey Monkey, 2010)

Figuur 3.2 (Survey Monkey, 2010)

Veiligheidsgevoel Huizenaars

*** 4. Wat is uw woonsituatie?**

- ◯ Ik woon alleen
- ◯ Ik woon met een partner
- ◯ Ik woon met een partner en kinderen
- ◯ Ik woon zonder partner, met kinderen
- ◯ Ik woon met anderen in een huis

Anders, namelijk:

2. Veiligheidsschaal

*** 1. Veiligheidsschaal**

	Zeer veilig	Veilig	Neutraal	Onveilig	Zeer onveilig	N.v.t.
Over het algemeen voel ik mij overdag:	◯	◯	◯	◯	◯	◯
Over het algemeen voel ik mij 's avonds:	◯	◯	◯	◯	◯	◯
Over het algemeen voel ik mij in huis:	◯	◯	◯	◯	◯	◯
Over het algemeen voel ik mij op straat:	◯	◯	◯	◯	◯	◯
Over het algemeen voel ik mij tijdens het uitgaan:	◯	◯	◯	◯	◯	◯

3. Houding ten aanzien van de politie

*** 1. Bent u wel eens met de politie in aanraking geweest?**

- ◯ Ja
- ◯ Nee

*** 2. Deze ervaring(en) met de politie was/ waren:**

- ◯ Positief
- ◯ Neutraal
- ◯ Negatief

Anders, namelijk:

Figuur 3.3 (Survey Monkey, 2010)

Veiligheidsgevoel Huizenaars

4. Informatieprofiel

*** 1. In informatie op het gebied van incidenten en veiligheid in mijn omgeving ben ik:**

- ◯ Zeer geïnteresseerd
- ◯ Een beetje geïnteresseerd
- ◯ Niet geïnteresseerd

*** 2. Op het gebied van incidenten en veiligheid in mijn omgeving zoek ik:**

- ◯ Actief naar informatie
- ◯ Redelijk actief naar informatie
- ◯ Niet actief naar informatie

*** 3. Hoe vaak neemt u informatie over incidenten en/ of veiligheid tot zich?**

- ◯ Dagelijks
- ◯ Wekelijks
- ◯ Maandelijks
- ◯ Ik ben geen actieve informatiezoeker

*** 4. Ik ontvang informatie over incidenten en veiligheid van de politie via:**

- ☐ Internet
- ☐ Mail
- ☐ Krant
- ☐ Huis aan huis blad
- ☐ Folders/ flyers
- ☐ Twitter
- ☐ Hyves
- ☐ Open dagen
- ☐ Sms

Anders, namelijk:

Figuur 3.4 (Survey Monkey, 2010)

Veiligheidsgevoel Huizenaars

*** 5. Ik wil informatie over incidenten en veiligheid van de politie ontvangen via:**

- ☐ Internet
- ☐ Mail
- ☐ Krant
- ☐ Huis aan huis blad
- ☐ Folders/ flyers
- ☐ Twitter
- ☐ Hyves
- ☐ Open dagen
- ☐ Sms

Anders, namelijk:

*** 6. Ik heb behoefte aan meer communicatie-uitingen en informatie over incidenten en veiligheid.**

- ◯ Mee eens
- ◯ Neutraal
- ◯ Mee oneens

*** 7. Ik heb behoefte aan informatie over incidenten en veiligheid via nieuwe media en interactieve media.**

- ◯ Mee eens
- ◯ Neutraal
- ◯ Mee oneens

*** 8. Ik ontvang liever informatie over incidenten en veiligheid vanuit de gemeente dan vanuit de politie.**

- ◯ Mee eens
- ◯ Geen mening
- ◯ Mee oneens

*** 9. Ik wil graag informatie ontvangen over incidenten en veiligheid binnen de regio.**

- ◯ Mee eens
- ◯ Geen mening
- ◯ Mee oneens

5. Veiligheid en communicatie

Page 4

Figuur 3.5 (Survey Monkey, 2010)

Veiligheidsgevoel Huizenaars

*** 1. Wanneer ik op de hoogte blijf van woninginbraken die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:**

- ◯ Veiliger
- ◯ Geen verschil
- ◯ Minder veilig

*** 2. Wanneer ik op de hoogte blijf van auto-inbraken die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:**

- ◯ Veiliger
- ◯ Geen verschil
- ◯ Minder veilig

*** 3. Wanneer ik op de hoogte blijf van verkeersongevallen die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:**

- ◯ Veiliger
- ◯ Geen verschil
- ◯ Minder veilig

*** 4. Wanneer ik op de hoogte blijf van geweldsincidenten die zich afspelen in de buurt waar in woon, voel ik mij:**

- ◯ Veiliger
- ◯ Geen verschil
- ◯ Minder veilig

*** 5. Wanneer ik op de hoogte blijf van werkzaamheden van de politie die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:**

- ◯ Veiliger
- ◯ Geen verschil
- ◯ Minder veilig

*** 6. Wanneer de politie meer zichtbaar is in mijn omgeving, voel ik mij:**

- ◯ Veiliger
- ◯ Geen verschil
- ◯ Minder veilig

Figuur 3.6 (Survey Monkey, 2010)

Veiligheidsgevoel Huizenaars

* **7. De mate van informatieverstrekking over veiligheid en incidenten vanuit de politie heeft een positief effect op het veiligheidsgevoel van de burger.**
  - ◯ Mee eens
  - ◯ Neutraal
  - ◯ Mee oneens

* **8. Er is een verband tussen de hoeveelheid informatie die de burger van de politie over incidenten en veiligheid ontvangt en het veiligheidsgevoel van mensen. (Klopt de uitspraak "hoe meer, hoe beter" in dit verband?)**
  - ◯ Mee eens
  - ◯ Neutraal
  - ◯ Mee oneens

* **9. Veel communicatie over een incident dat zich heeft afgespeeld in mijn (woon)omgeving maakt dat ik mij minder onveilig voel.**
  - ◯ Mee eens
  - ◯ Neutraal
  - ◯ Mee oneens

* **10. De communicatie-uitingen van de politie op het gebied van veiligheid zijn qua taalgebruik voldoende op u afgestemd.**
  - ◯ Mee eens
  - ◯ Neutraal
  - ◯ Mee oneens

* **11. De communicatie-uitingen van de politie op het gebied van incidenten en veiligheid zijn qua informatie/ onderwerp voldoende op u afgestemd.**
  - ◯ Mee eens
  - ◯ Neutraal
  - ◯ Mee oneens

* **12. Het negatieve effect van een incident in mijn (woon)omgeving kan door communicatie worden verminderd of weggenomen.**
  - ◯ Mee eens
  - ◯ Neutraal
  - ◯ Mee oneens

Veiligheidsgevoel Huizenaars

SurveyMonkey

1. Wat is uw geslacht?

	Response Percent	Response Count
Man	**61,3%**	**136**
Vrouw	38,7%	86
	answered question	**222**
	skipped question	**0**

Figuur 4.1 (Survey Monkey, 2010/2011)

2. Wat is uw leeftijd?

	Response Percent	Response Count
15-30	6,3%	14
30-50	32,9%	73
50-65	**40,5%**	**90**
65+	20,3%	45
	answered question	**222**
	skipped question	**0**

Figuur 4.2 (Survey Monkey, 2010/2011)

3. In welke wijk woont u?

	Response Percent	Response Count
Sijsjesberg	0,9%	2
Bijvanck	7,6%	16
Bovenweg	5,7%	12
Crailo	7,1%	15
Huizermaat	**31,3%**	**66**
Oostermeent	9,0%	19
Oude dorp	18,0%	38
Stad en Lande	17,1%	36
Vierde Kwadrant	3,3%	7
Zenderwijk	0,0%	0
	Anders, namelijk:	25
	answered question	**211**
	skipped question	**11**

Figuur 4.3 (Survey Monkey, 2010/2011)

4. Wat is uw woonsituatie?

	Response Percent	Response Count
Ik woon alleen	19,4%	43
Ik woon met een partner	**45,5%**	**101**
Ik woon met een partner en kinderen	28,8%	64
Ik woon zonder partner, met kinderen	2,7%	6
Ik woon met anderen in een huis	3,6%	8
Anders, namelijk:		2
answered question		**222**
skipped question		**0**

Figuur 4.4 (Survey Monkey, 2010/2011)

5. Veiligheidsschaal								
	Zeer veilig	Veilig	Neutraal	Onveilig	Zeer onveilig	N.v.t.	Rating Average	Response Count
Over het algemeen voel ik mij overdag:	34,1% (74)	**57,1% (124)**	6,0% (13)	2,8% (6)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,77	217
Over het algemeen voel ik mij 's avonds:	13,0% (28)	**47,9% (103)**	24,7% (53)	11,2% (24)	2,8% (6)	0,5% (1)	2,43	215
Over het algemeen voel ik mij in huis:	36,0% (76)	**55,0% (116)**	8,1% (17)	0,9% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	1,74	211
Over het algemeen voel ik mij op straat:	14,3% (31)	**63,1% (137)**	17,5% (38)	5,1% (11)	0,0% (0)	0,0% (0)	2,13	217
Over het algemeen voel ik mij tijdens het uitgaan:	5,5% (12)	**27,9% (61)**	27,4% (60)	14,2% (31)	4,1% (9)	21,0% (46)	2,79	219
						answered question		**219**
						skipped question		**3**

Figuur 4.5 (Survey Monkey, 2010/2011)

6. Bent u wel eens met de politie in aanraking geweest?		
	Response Percent	Response Count
Ja	**62,6%**	**137**
Nee	37,4%	82
	answered question	**219**
	skipped question	**3**

Figuur 4.6 (Survey Monkey, 2010/2011)

7. Deze ervaring(en) met de politie was/ waren:		
	Response Percent	Response Count
Positief	40,2%	88
Neutraal	**49,3%**	**108**
Negatief	10,5%	23
	Anders, namelijk:	33
	answered question	**219**
	skipped question	**3**

Figuur 4.7 (Survey Monkey, 2010/2011)

8. In informatie op het gebied van incidenten en veiligheid in mijn omgeving ben ik:			
		Response Percent	Response Count
Zeer geïnteresseerd		**73,0%**	**154**
Een beetje geïnteresseerd		26,1%	55
Niet geïnteresseerd		0,9%	2
		answered question	**211**
		skipped question	**11**

Figuur 4.8 (Survey Monkey, 2010/2011)

9. Op het gebied van incidenten en veiligheid in mijn omgeving zoek ik:			
		Response Percent	Response Count
Actief naar informatie		26,9%	57
Redelijk actief naar informatie		**50,5%**	**107**
Niet actief naar informatie		22,6%	48
		answered question	**212**
		skipped question	**10**

Figuur 4.9 (Survey Monkey, 2010/2011)

10. Hoe vaak neemt u informatie over incidenten en/ of veiligheid tot zich?			
		Response Percent	Response Count
Dagelijks		35,4%	75
Wekelijks		**40,1%**	**85**
Maandelijks		10,8%	23
Ik ben geen actieve informatiezoeker		13,7%	29
		answered question	**212**
		skipped question	**10**

Figuur 4.10 (Survey Monkey, 2010/2011)

11. Ik ontvang informatie over incidenten en veiligheid van de politie via:

	Response Percent	Response Count
Internet	**62,7%**	**133**
Mail	44,3%	94
Krant	59,9%	127
Huis aan huis blad	**62,7%**	**133**
Folders/ flyers	6,1%	13
Twitter	4,2%	9
Hyves	3,8%	8
Open dagen	3,3%	7
Sms	25,5%	54
	Anders, namelijk:	21
	answered question	**212**
	skipped question	**10**

Figuur 4.11 (Survey Monkey, 2010/2011)

12. Ik wil informatie over incidenten en veiligheid van de politie ontvangen via:		
	Response Percent	Response Count
Internet	50,0%	106
Mail	**64,2%**	**136**
Krant	36,3%	77
Huis aan huis blad	44,3%	94
Folders/ flyers	10,8%	23
Twitter	6,1%	13
Hyves	2,8%	6
Open dagen	6,6%	14
Sms	26,9%	57
Anders, namelijk:		7
answered question		**212**
skipped question		**10**

Figuur 4.12 (Survey Monkey, 2010/2011)

13. Ik heb behoefte aan meer communicatie-uitingen en informatie over incidenten en veiligheid.		
	Response Percent	Response Count
Mee eens	**50,0%**	**106**
Neutraal	43,4%	92
Mee oneens	6,6%	14
answered question		**212**
skipped question		**10**

Figuur 4.13 (Survey Monkey, 2010/2011)

14. Ik heb behoefte aan informatie over incidenten en veiligheid via nieuwe media en interactieve media.		
	Response Percent	Response Count
Mee eens	**48,8%**	**103**
Neutraal	40,3%	85
Mee oneens	10,9%	23
answered question		**211**
skipped question		**11**

Figuur 4.15 (Survey Monkey, 2010/2011)

15. Ik ontvang liever informatie over incidenten en veiligheid vanuit de gemeente dan vanuit de politie.		
	Response Percent	Response Count
Mee eens	6,6%	14
Geen mening	45,8%	97
Mee oneens	**47,6%**	**101**
	answered question	**212**
	skipped question	**10**

Figuur 4.15 (Survey Monkey, 2010/2011)

16. Ik wil graag informatie ontvangen over incidenten en veiligheid binnen de regio.		
	Response Percent	Response Count
Mee eens	**87,3%**	**185**
Geen mening	10,8%	23
Mee oneens	1,9%	4
	answered question	**212**
	skipped question	**10**

Figuur 4.16 (Survey Monkey, 2010/2011)

17. Wanneer ik op de hoogte blijf van woninginbraken die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:		
	Response Percent	Response Count
Veiliger	**39,2%**	**80**
Geen verschil	37,7%	77
Minder veilig	23,0%	47
answered question		**204**
skipped question		**18**

Figuur 4.17 (Survey Monkey, 2010/2011)

18. Wanneer ik op de hoogte blijf van auto-inbraken die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:		
	Response Percent	Response Count
Veiliger	36,3%	74
Geen verschil	**42,2%**	**86**
Minder veilig	21,6%	44
answered question		**204**
skipped question		**18**

Figuur 4.18 (Survey Monkey, 2010/2011)

19. Wanneer ik op de hoogte blijf van verkeersongevallen die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:		
	Response Percent	Response Count
Veiliger	26,6%	54
Geen verschil	**62,6%**	**127**
Minder veilig	10,8%	22
answered question		**203**
skipped question		**19**

Figuur 4.19 (Survey Monkey, 2010/2011)

20. Wanneer ik op de hoogte blijf van geweldsincidenten die zich afspelen in de buurt waar in woon, voel ik mij:		
	Response Percent	Response Count
Veiliger	**38,2%**	**78**
Geen verschil	32,8%	67
Minder veilig	28,9%	59
answered question		**204**
skipped question		**18**

Figuur 4.20 (Survey Monkey, 2010/2011)

21. Wanneer ik op de hoogte blijf van werkzaamheden van de politie die plaatsvinden in de buurt waar in woon, voel ik mij:

	Response Percent	Response Count
Veiliger	**78,4%**	**160**
Geen verschil	19,6%	40
Minder veilig	2,0%	4
	answered question	**204**
	skipped question	**18**

Figuur 4.21 (Survey Monkey, 2010/2011)

22. Wanneer de politie meer zichtbaar is in mijn omgeving, voel ik mij:

	Response Percent	Response Count
Veiliger	**85,3%**	**174**
Geen verschil	13,7%	28
Minder veilig	1,0%	2
	answered question	**204**
	skipped question	**18**

Figuur 4.22 (Survey Monkey, 2010/2011)

23. De mate van informatieverstrekking over veiligheid en incidenten vanuit de politie heeft een positief effect op het veiligheidsgevoel van de burger.

	Response Percent	Response Count
Mee eens	**79,4%**	**162**
Neutraal	15,2%	31
Mee oneens	5,4%	11
	answered question	**204**
	skipped question	**18**

Figuur 4.23 (Survey Monkey, 2010/2011)

24. Er is een verband tussen de hoeveelheid informatie die de burger van de politie over incidenten en veiligheid ontvangt en het veiligheidsgevoel van mensen. (Klopt de uitspraak "hoe meer, hoe beter" in dit verband?)

	Response Percent	Response Count
Mee eens	**57,4%**	**117**
Neutraal	27,9%	57
Mee oneens	14,7%	30
	answered question	**204**
	skipped question	**18**

Figuur 4.24 (Survey Monkey, 2010/2011)

25. Veel communicatie over een incident dat zich heeft afgespeeld in mijn (woon)omgeving maakt dat ik mij minder onveilig voel.

	Response Percent	Response Count
Mee eens	34,3%	70
Neutraal	**40,2%**	**82**
Mee oneens	25,5%	52
answered question		**204**
skipped question		**18**

Figuur 4.25 (Survey Monkey, 2010/2011)

26. De communicatie-uitingen van de politie op het gebied van veiligheid zijn qua taalgebruik voldoende op u afgestemd.

	Response Percent	Response Count
Mee eens	**59,8%**	**122**
Neutraal	32,4%	66
Mee oneens	7,8%	16
answered question		**204**
skipped question		**18**

Figuur 4.26 (Survey Monkey, 2010/2011)

27. De communicatie-uitingen van de politie op het gebied van incidenten en veiligheid zijn qua informatie/ onderwerp voldoende op u afgestemd.

	Response Percent	Response Count
Mee eens	**43,3%**	**88**
Neutraal	41,9%	85
Mee oneens	14,8%	30
	answered question	**203**
	skipped question	**19**

Figuur 4.27 (Survey Monkey, 2010/2011)

28. Het negatieve effect van een incident in mijn (woon)omgeving kan door communicatie worden verminderd of weggenomen.

	Response Percent	Response Count
Mee eens	**76,5%**	**156**
Neutraal	20,1%	41
Mee oneens	3,4%	7
	answered question	**204**
	skipped question	**18**

Figuur 4.28 (Survey Monkey, 2010/2011)

Bijlage 5: Diepte-interview

- Uitleg onderzoek
- Wie bent u, wat doet u?
- Hoe lang woont u al in Huizen?
- Merkt u verschil op het gebied van veiligheid/veiligheidsgevoel/communicatie met een eventuele andere woonplaats?

Naam:
Leeftijd:
Beroep:

1. Wat verstaat u onder veiligheid?

2. Wat verstaat u onder veiligheidsgevoel?

3. Hoe veilig heeft u zich gevoeld het afgelopen jaar? Wat heeft hier invloed op gehad?

4. Welke factoren beïnvloeden dit (on)veiligheidsgevoel en waarom? (Bv. de zichtbaarheid van de politie?)

5. Wat heeft u ingevuld bij de vraag: “hoe ontvangt u informatie over incidenten?”

6. Is de communicatie volgens u goed per individu afgestemd? Hoe zou dit beter kunnen?

7. Is er volgens u een verband tussen de hoeveelheid informatie die de burgers van de gemeente Huizen van de politie ontvangen en het veiligheidsgevoel? Klopt de uitspraak “hoe meer, hoe beter” in dit verband?

8. (Wat) wil de burger dat er gecommuniceerd wordt met betrekking tot incidenten? Waarom en hoe?

56,1% van de 223 respondenten (125) vindt dat er een verband bestaat tussen de hoeveelheid informatie die de burger van de politie ontvangt over incidenten en veiligheid en het veiligheidsgevoel van mensen.

Hier is sprake van een tegenspraak, want uit vraag 25 blijkt dat:
Maar 33,2% van de 223 respondenten (74) het eens is met de stelling dat veel communicatie over een incident dat zich heeft afgespeeld in zijn/ haar (woon)omgeving maakt dat mensen zich minder onveilig voelen.

9. Hoe zit dit denk je?

10. Wat is volgens u het effect van de mate van informatieverstrekking over incidenten vanuit de politie Gooi en Vechtstreek op het veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen?

77,6% van de 223 respondenten (173) denkt dat de mate van informatieverstrekking over veiligheid en incidenten vanuit de politie een positief effect heeft op het veiligheidsgevoel van de burger.

11. Welke mate is dan positief (veel of weinig) en waarin uit dit effect zich?

12. Hoe kan de politie Gooi en Vechtstreek haar communicatie inzetten om het veiligheidsgevoel van de burger op een positieve manier te beïnvloeden? (Wat zijn de mogelijkheden, hoe kan de effectiviteit van de communicatie-inzet voor het vergroten van het veiligheidsgevoel worden vergroot?)

Bijlage 6: Uitgewerkte diepte-interviews

Interview respondent 1

Geboren in Huizen (centrum), 5 jaar in Amsterdam gewoond en sinds 2001 weer woonachtig in een rustigere wijk in Huizen.

Nina: “De belangrijkste vraag die ik aan u wil stellen gaat over veiligheid en veiligheidsgevoel. Wat verstaat u onder veiligheid?”

Respondent: “Wat versta ik onder veiligheid..? Ja.. dat er.. ja.. dat is lastig haha.”

Nina: “Ja, dat is ook een lastige vraag.”

Respondent: “Want je betrekt daar natuurlijk meteen je gevoel bij. Wat is voor mij veiligheid.. Ja, dat er weinig gebeurt aan criminaliteit.”

Nina: “Oké.”

Respondent: “Dat is voor mij veiligheid. In het domein van, in het veld van politie en dat soort dingen en criminaliteit. Veiligheid is natuurlijk ook verkeersveiligheid en dat soort dingen. Nou, in de wijk waar ik woon is dat allemaal wel goed. Veiligheid is voor mij, ja ik denk dat ik daar het eerste aan denk. Gewoon wat gebeurt er in mijn wijk.”

Nina: “En wat verstaat u onder veiligheidsgevoel?”

Respondent: “Dat ik me prettig kan bewegen over straat.”

Nina: “Dus veiligheidsgevoel is voor u vooral op straat gericht?”

Respondent: “Ehm.. ja en dat je je ook veilig voelt in je woning. Dat is belangrijk. En dat je niet het idee hebt dat als je ’s avonds over straat loopt dat je achterom moet kijken van hee, loopt er niemand achter me. Dat is een belangrijk gevoel. Tenminste, ik neem aan dat, ik heb het niet, maar op het moment dat je je niet lekker voelt dat je je ook niet lekker beweegt op straat. Dan zit je als het ware gevangen in dat gevoel.”

Nina: “Hoe lang woont u al in Huizen?”

Respondent: “Ik woon sinds 2001 in Huizen. Ja, en dat is na een uitstapje, ik heb 5 jaar in Amsterdam gewoond. En ik kom uit Huizen oorspronkelijk. Dus ik heb hier altijd wel gewoond, ik ben hier opgegroeid. Toen zeg maar 4 – 5 jaar in Amsterdam gewoond en toen weer terug naar Huizen. En het verschil daarin, het verschil is in Amsterdam kijk je wél achterom.”

Nina: “En waarom daar wel?”

Respondent: “Nou, omdat daar sowieso meer leven is, ook op latere tijdstippen. Je hoeft niet gek op te kijken als je ’s avonds laat thuis komt dat er iemand in je portiek ligt te slapen. Dat gebeurt wel eens. Nou, daar ben ik zelf niet zo van onder de indruk, maar ik kan me voorstellen dat mensen daar toch wel last van hebben en toch wel het idee hebben van o jee, wat gebeurt hier?”

Nina: “Wordt u van dat soort dingen dan misschien alerter?”

Respondent: “Ja, ik was in Amsterdam wel alerter dan dat ik hier ben. Dus dat zegt ook iets over de omgeving.”

Nina: “Merkt u dan ook veel verschil op het gebied van communicatie over incidenten vanuit de politie?”

Respondent: “Ja, daar had je gewoon het wijk krantje waar je af en toe iets in kon lezen. En dat is hier iets van de laatste tijd. Ook dat de digitale nieuwsbrief wordt verzonden, dat is prettig. In Amsterdam heb ik daar eigenlijk niet zo op gelet. Je leest wel eens iets in de huis-aan-huisbladen, maar dat is hier natuurlijk ook. Maar dat heeft mijn veiligheidsgevoel nooit beïnvloed.”

Nina: “Heeft dat misschien ook te maken met het feit dat u die informatie niet uit eigen initiatief opzocht?”

Respondent: “Ja, ik zou niet zo goed weten waar ik dat als burger zou moeten opzoeken.”

Nina: “Dat is een belangrijk punt voor ons om te weten.”

Respondent: “Dan alleen af en toe de krant waar je af en toe een stukje in leest. En verder heb je volgens mij niet zo gek veel open bronnen. Ja, het internet kun je natuurlijk afzoeken. Maar nee, ik zoek er niet actief zelf naar.”

Nina: “Ik heb hier de uitslagen van de enquêtes. 223 mensen hebben hem uiteindelijk ingevuld. U heeft hem ook ingevuld, ik kan niet zien wie wat heeft ingevuld omdat het anoniem was, maar wat heeft u bij de volgende vraag ingevuld?”

Over het algemeen voel ik mij overdag: “Zeer veilig”.

Nina: “Zeer veilig. En weet u wat daar invloed op heeft gehad?”

Respondent: “Nou ja, dat is mijn achtergrond. Ik ben niet zo snel onder de indruk. Kijk, ik werk in Amsterdam en ik kijk toch met een andere blik. Ik ben niet zo snel onder de indruk van wat er in de wijk gebeurt. Ik weet dat er genoeg gebeurt, maar ik voel me daar niet onrustig door.”

Nina: “En denkt u dat er nog andere factoren zijn, behalve het feit dat er veel incidenten plaatsvinden of juist niet, die het veiligheidsgevoel kunnen beïnvloeden? Zoals bijvoorbeeld verlichting op straat, of communicatie?”

Respondent: “Ja, er is al aangetoond hoe lichter hoe veiliger. Dus ja, dat is aangetoond dus daar hoeven we het eigenlijk niet over te hebben. Als het ergens donker is en je zoekt een steegje op ja, dan krijg je toch een beetje dat gevoel van.. hetzelfde van ik loop door het bos en ik hoor een tak kraken. Ja, dat is toevallig een konijn die weg springt. Maar dan voel je je ongemakkelijk. En dat heb je natuurlijk ook in wijken waar het slecht verlicht is. Bij ons in de wijk heb ik dat gevoel niet, alleen dat zegt misschien meer over mij dan over de staat van de verlichting.”

Nina: “En misschien ook drukbevolkte.. in Huizen zijn er ook wijken die rustiger zijn dan bijvoorbeeld het centrum dat meer leven heeft. Sommige mensen voelen zich ’s avonds juist veilig in het centrum omdat er dan wat meer mensen zijn, maar anderen juist weer niet.”

Respondent: “Op mij heeft het niet zo gek veel invloed waar ik zou wonen. Ik ben opgegroeid in het oude dorp, op een looproute. Dus er was altijd wel volk en ook wel mensen die ja, ’s avonds laat, en ik ben er zelf natuurlijk één van geweest, uit de kroeg komt en terug naar huis loopt en dan maak je wat lawaai en dat soort dingen. En nu woon ik in een andere wijk en daar is het gewoon wat rustiger. Daar is het eigenlijk gewoon uitgestorven ’s avonds.”

Nina: “Dan heb ik ook nog gevraagd hoe u informatie ontvangt over incidenten.”

Respondent: “Ja, via internet. En de e-mailnieuwsbrief. De krant heb ik niet. In het huis-aan-huisblad lees ik af en toe iets terug. En ik ben geabonneerd op SMS-Alert.”

Nina: “En via internet, is dat dan gewoon de algemene politie website waar u op kijkt of typt u bij Google iets in?”

Respondent: “Ik zoek eigenlijk alles via Google.”

Nina: “Maar die informatie is dan meestal niet specifiek op Huizen gericht?”

Respondent: “Nee. Dat is meer van wat gebeurt er. Ik raadpleeg dan vaak AT5, dat is eigenlijk mijn startpagina. Maar ik kijk ook weleens op de regionale RTV-NoordHolland website. En nu.nl, dat is dan weer landelijk.”

Nina: “Denkt u dat er misschien behoefte is aan bijvoorbeeld een website, of iets via de nieuwe media, dat specifiek op de veiligheid in Huizen is gericht?”

Respondent: “Dat is moeilijk, want informatie die je verstrekt kan natuurlijk ook een negatieve invloed hebben op de veiligheidsgevoelens. Dus op het moment dat je mensen gaat informeren die daardoor een negatief veiligheidsgevoel krijgen, van o jee, gebeurt dit allemaal in mijn wijk, dan zou je dat niet moeten willen. Ik denk dat de kracht van informatievoorziening is dat je het op maat kunt leveren. Dus degene die daar behoefte aan hebben zou je meer moeten informeren dan mensen die zoiets hebben van nou, ik weet eigenlijk liever niet wat er in mijn wijk gebeurt want daar voel ik mij prettiger door. En dat is natuurlijk lastig.”

Nina: “Dat is heel moeilijk ja. Heeft u enig idee hoe wij dat zouden kunnen realiseren? Want per individu is het natuurlijk heel moeilijk om informatie op maat te verstrekken en een pakketje samen te stellen, hoewel dat wel het mooiste zou zijn natuurlijk.”

Respondent: “Nou ja, je zou mensen de mogelijkheid kunnen bieden om hen via het bestand dat er al is, het adressenbestand van de politienieuwsbrief, aan de politie te laten weten of zij meer geïnformeerd willen worden over specifiek hun eigen wijk, dan zou je dat kunnen geven en dat is dan al iets. Dan heb je in ieder geval dat adressenbestand. En ik zou zelf graag willen weten wat er in mijn wijk speelt want op het moment dat ik ’s avonds de hond uitlaat, dan kan ik meekijken. En doorgeven. En op het moment dat er nu iemand na twaalven mijn wijk in rijdt en het is een bestelautootje, dan denk ik van hee, dat is raar, die ken ik niet. Dan is dat toch wel handig, en daar hoef je niet altijd wat mee te doen, maar als daar een registratie van gemaakt wordt dan help je in principe in de opsporing. Dat als er wel wat gebeurt van hee, gisteravond heeft er iemand gemeld dat er een autootje door de wijk reed en diezelfde nacht is er ergens ingebroken, dan is dat toch handig.”

Nina: “Uit het onderzoek is gebleken dat veel mensen behoefte hebben aan informatie over incidenten. Is dit voor u ook gericht op het meekijken met de politie?”

Respondent: “Ja, en voor een ander is het misschien van nou als ik maar weet wat er gebeurt dan kan ik me daartegen wapenen. Dan bedoel ik dat niet letterlijk, maar dan ga ik toch wel even nadenken van goh hoe sluit ik mijn woning af. Of dan ga ik toch wel even een extra rondje om het huis om te kijken of mijn ramen wel dicht zijn. En ja, dat helpt in de preventieve sfeer. En aan de andere kant, op het moment dat je burgers meer kan bewegen om met de politie mee te denken, om dingen door te geven, ja, aan de andere kant zit daar voor de politie wel wat werk aan omdat je dat moet registreren, maar dat vergroot natuurlijk wel de kansen in de opsporing.”

Nina: “Een andere vraag in de enquête was of de communicatie volgens u voldoende per doelgroep is afgestemd. En volgens mij hebben we die vraag al besproken net.”

Respondent: “Dat is dus nee, en ja, dat zou beter afgestemd kunnen worden.”

Nina: “Door bijvoorbeeld onderzoek te doen?”

Respondent: “Ja, en van wie je het weet, ga die personen die aangeven dat ze meer geïnformeerd willen worden dan in ieder geval voeden. Ergens zit het startpunt. Het zal nooit 100% dekking krijgen maar... En ik denk dat informatieverstrekking uiteindelijk zal bijdragen aan een onderlinge communicatie. Dus je geeft niet alleen informatie, maar doordat je informatie geeft krijg je ook informatie terug. En dat is denk ik.. de hele politie werkt eigenlijk informatiegestuurd en dan zul je toch ook je informatie moeten halen. En niet afwachten tot je informatie krijgt. Je kunt achterover leunen en wachten tot de burger met informatie komt, maar je kunt die informatie ook actief gaan halen.”

Nina: “Ja, en misschien als je laat zien dat je als politie bezig bent met hoe burgers zich voelen, dat ze inderdaad ook meer bereid zijn om informatie terug te geven.”

Respondent: “Ja.”

Nina: “Dan heb ik ook nog de vraag of er een verband staat tussen de informatie die de burger van de politie ontvangt over incidenten en veiligheid en het veiligheidsgevoel.”

Respondent: “Ja, die uitspraak klopt dus niet.”

Nina: “Maar het viel mij juist op dat heel veel mensen het hier mee eens zijn.”

Respondent: “Uhmm.. ja. Nou, dat zegt dan iets over hun veiligheidsgevoel. Het is natuurlijk een uitspraak hè, hoe meer, hoe beter. Nou, ik ben van mening dat, ja, veiligheidsgevoel is natuurlijk een subjectief verhaal. Dus dat zal niet voor iedereen gelden. Voor mij geldt het wel, hoe meer informatie ik krijg over mijn wijk hoe.. nou, ik zal me er niet veiliger door voelen of minder veilig door voelen. Ik wil het gewoon weten. Maar ik kan de andere kant, hoe meer informatie ik krijg hoe minder veilig ik me voel, dat kan ik me óók goed voorstellen.”

Nina: “Dat is inderdaad een leuk punt, dat is waar ik zo benieuwd naar was bij het bekijken van de uitslagen, want ik had eigenlijk verwacht dat als mensen heel veel blauw op straat zien, dat ze zouden gaan denken wat er aan de hand is.”

Respondent: “Ja dat klopt, dat hoor je inderdaad wel vaker. Op het moment dat er heel veel blauw is gaat een bepaalde groep mensen zich veiliger voelen, maar een andere groep gaat zich juist zorgen maken. En dat maakt het natuurlijk heel erg lastig. Wat het veiligheidsgevoel volgens mij wel kan vergroten is dat je niet alleen maar informeert over datgene wat er gebeurd is, maar ook over datgene wat de politie eraan gaat doen. En dat is wel iets dat ik mis.”

Nina: “En dat dan combineren met een stuk preventie?”

Respondent: “Ja, want bijvoorbeeld in de wijk waar ik woon wordt heel veel ingebroken. En dat zijn ook de verhalen die nu terug komen op het schoolplein. Die mensen voelen zich gewoon niet meer veilig. Nou heeft er laatst ook nog een ander incident in de buurt plaatsgevonden, waar de rest van de wijk ook van op de hoogte is. Dat geeft geen goed gevoel. Wat volgens mij wel belangrijk is om te communiceren is, je weet dat er veel wordt ingebroken, maar wat gaat de politie daar nou aan doen? Want als ik zo eens even kijk, en nou zit ik niet op een doorgaand stukje, maar ik zie heel weinig politie bij mij in de wijk. En dan heb ik soms wel eens het idee van wat wordt er nou aan gedaan?”

Nina: “Wordt er dan misschien vaak te lang gewacht? Dat er pas bij hele grote uitschieters wordt gedacht van wat kunnen we hier aan doen en hoe gaan we dat doen. En dan moet de communicatie daar nog op worden ingericht.”

Respondent: “Op het moment dat je gaat communiceren van we gaan er wat aan doen, al zou je al aangeven aan de mensen die het aangaat dat er veel inbraken zijn geweest en dat de politie daar wat aan gaat doen, dat de politie daar in gaat investeren, dus je laat af en toe op de nachtelijke uren zien dat je er zichtbaar mee bezig bent, dan geeft dat wel een goed gevoel.”

Nina: “Wat me verder is opgevallen is dat veel respondenten vinden dat er een verband bestaat tussen de hoeveelheid informatie en het veiligheidsgevoel, maar uit een andere vraag blijkt dat maar heel weinig respondenten het eens zijn met de stelling dat veel communicatie over een incident maakt dat mensen zich minder onveilig voelen. Snapt u die tegenspraak?”

Respondent: “Naar mijn idee is dat geen tegenspraak. Want in de eerste stelling staat dat er een verband bestaat. Nou, dat verband kan natuurlijk ook zijn dat hoe meer je communiceert hoe minder veilig je je voelt. De tegenstelling die je hier veronderstelt is er eigenlijk niet, want bij de eerste stelling spreek je over een verband en daarna spreek je over de toename of afname van het veiligheidsgevoel. En dat kan dus allebei. Want het verband kan een toename zijn en het verband kan een afname zijn. Dus de tegenspraak zie ik er niet helemaal in, maar wat interessant is, is dat 57,4% wel een verband ziet. 34% voelt zich veiliger, minder onveilig, en dat kan inhouden dat dat aantal gelijk blijft. Dus er is wel een verband, dat klopt wel.”

Nina: “Dus eigenlijk zou er niet heel veel informatie moeten worden vrijgegeven op het moment dat er een incident plaatsvindt?”

Respondent: “Nou, dat stel jij nu, maar dat is natuurlijk ook niet zo, want 34% voelt zich veiliger en het overige voelt zich minder veilig of neutraal. En dat sterkt dus weer wat ik zeg dat je eigenlijk deze 34% zou moeten voeden, want die gaat zich er veiliger door voelen. En de overige bepaalt het aspect neutraal en een aantal mensen niet. Dus dat sterkt weer mijn stelling, dat informatie op maat het beste zou zijn.”

Nina: “De meest ideale situatie.”

Respondent: “Ja, en hierin lees je dus niet echt dat er echt een overdreven.. want neutraal heb je hier weggelaten. 34% gaat zich veiliger voelen van informatie, maar er is ook een percentage dat zich minder veilig gaat voelen en die moet je tegen elkaar afzetten. Dus 25% voelt zich dus minder veilig. En het overgrote gedeelte maakt het niet zo gek veel uit. Dan zou je eigenlijk kunnen stellen dat meer informatie, als je neutraal bij een hoger of gelijkblijvend veiligheidsgevoel gaat tellen, kun je dus stellen dat bijna 75% zich veiliger gaat voelen of gelijk blijft bij meer informatie. En dat is volgens mij wel een mooie conclusie die je kunt trekken, dat er meer informatie verstrekt zou moeten worden. En dat daarbij 35% van de mensen zich onveiliger gaat voelen, daar moet je natuurlijk wel wat mee.”

Nina: “Ja, inderdaad. Nu heb ik wat meer input. Maar die neutrale groep is inderdaad heel belangrijk om er wel bij te betrekken.”

Respondent: “Ja, die moet je eigenlijk bij het positieve rekenen. Want ze geven al aan van nou, het maakt mij eigenlijk niet zoveel uit. Die zeggen dus eigenlijk van nou, veel of weinig input maakt mij niet zoveel uit, ik voel me toch wel veilig. Of ik voel me toch wel onveilig. Dus die zeggen dat het geen invloed heeft. Dus die kun je dan eigenlijk bij de grote bups gaan rekenen. Want de mensen die zich onveiliger gaan voelen zijn eigenlijk interessant. Daar moet je wat mee. En de rest gaat zich er alleen maar veiliger van voelen of het gevoel blijft hetzelfde.”

Nina: “Het is ook belangrijk om te kijken hoe de mensen die zich er dan veiliger van gaan voelen hoe wij.. dat betekent dan eigenlijk dat we meer, of meer op maat moeten gaan communiceren.”

Respondent: “Meer, of meer op maat. Ja. Kijk, met meer op maat bereik je dus die doelgroep die zich er veiliger van gaat voelen, en dan onthoud je de mensen die zich er onveiliger van gaan voelen van deze informatie. Zodat zij zich dus niet onveiliger gaan voelen. Je vertelt het ze dan gewoon niet. Dat zijn dan mensen die heel snel door deze informatie worden beïnvloed, op een negatieve manier. Dus die sluit je dan uit.”

Nina: “Het op maat maken van de communicatie is inderdaad een heel belangrijke en grote uitdaging.”

Respondent: “Ja, dat is het lastigste. En ga je gewoon meer informatie verstrekken waarmee je iedereen bereikt, dan zul je toch iets moeten doen met die 25% en dat zou dan bijvoorbeeld in de berichtgeving kunnen zijn. Dus als dan bijvoorbeeld je informatie geeft van dit gebeurt er in uw wijk, en je koppelt daar meteen aan wat de politie eraan gaat doen, dan trek je misschien die 25% ook over de streep. Zo van nou, er gebeurt wel veel, maar ze zijn er mee bezig.”

Nina: “Ja, inderdaad. Ik weet niet of u nog aanvullingen heeft, of dingen die u opvallen? Of dat ik iets heel belangrijks ben vergeten?”

Respondent: “Nee, ik denk het niet. Ik denk echt dat de kracht zit in informatie op maat. En dat is tevens heel lastig. Maar volgens mij de mooiste uitdaging die er is.”

Nina: “Ja, dat denk ik ook. Ik denk dat een vervolgonderzoek belangrijk is, dat daar uiteindelijk heel veel informatie mee kan worden verkregen.”

Respondent: “Ja, want ook de mensen die zich hebben aangemeld voor bijvoorbeeld SMS-Alert zijn mensen die zich al betrokken voelen bij de veiligheid. Dat zijn ook mensen die je daarvoor actief zou kunnen benaderen. Je vergroot de opsporingskans daar gewoon mee.”

Interview respondent 2

Nina: “Wat verstaat u onder veiligheid?”
Respondent: “Dat zou dan veiligheid in de ruwe zin zijn zeg maar. Gewoon cijfers van wat gebeurt er inderdaad, het aantal auto-inbraken, het aantal woninginbraken, het aantal ongevallen, dat soort zaken. Ja, de letterlijke weergave daarvan zeg maar.”

Nina: “Ja, want het valt mij op dat best wel veel mensen bij die vraag antwoorden met zaken die zich op straat en in de omgeving afspelen, maar hoe zit dat in winkels en thuis? Die vraag heb ik ook in mijn enquête opgenomen, maar is dat voor u ook veiligheid?”

Respondent: “Ja, natuurlijk. Maar dan bedoel ik wel met name in het openbare gebied. Dat is toch inderdaad wel vaak het eerste waar je aan denkt bij veiligheid, politie, noem het maar op inderdaad en hoe je je voelt. Maar ja, dat is voor mij ook veiligheid. Zeker.”

Nina: “Oké. En wat verstaat u onder veiligheidsgevoel?”

Respondent: “De beleving van die veiligheid. Het hoeft inderdaad natuurlijk niet hetzelfde te zijn. In een bepaald gebied kunnen cijfers van misschien het aantal criminele daden heel erg meevallen, of heel erg gedaald zijn in een bepaalde periode, maar ik kan mij heel erg goed voorstellen dat dat dan inderdaad niet hetzelfde hoeft te zijn met het veiligheidsgevoel of de veiligheidsbeleving. Ik denk dat mensen dat niet per definitie zo hoeven te ervaren.”

Nina: “In de enquête heb ik ook de volgende vraag opgenomen: hoe veilig heeft u zich gevoeld het afgelopen jaar? Omdat de enquête door anonieme respondenten is ingevuld kan ik niet zien wat u hierbij heeft ingevuld. Dus bij deze nog een keer, hoe veilig heeft u zich het afgelopen jaar in het algemeen gevoeld?”

Respondent: “Uhm.. behoorlijk veilig eigenlijk.”

Nina: “Dus op de veiligheidsschaal in de enquête zit uw veiligheidsgevoel tussen zeer veilig en veilig in?”

Respondent: “Ja, inderdaad. En je hebt het dan over Huizen hè?”
Nina: “Ja, inderdaad.”

Respondent: “Oké.”

Nina: “En weet u ook wat invloed heeft gehad op uw gevoel?”

Respondent: “Als je het betrekt op de veiligheidsbeleving en het veiligheidsgevoel denk ik mijn persoonlijkheid. Er moet toch wel heel wat gebeuren moet ik mij onveilig gaan voelen. Maar ook gewoon letterlijk de omstandigheden. Er zijn weinig factoren in mijn omgeving waardoor ik mij minder veilig zou voelen.”

Nina: “Oké. En zijn er factoren van buitenaf die dat veiligheidsgevoel beïnvloeden? Zoals bijvoorbeeld de zichtbaarheid van de politie, of via welke communicatiemiddelen u informatie krijgt?”

Respondent: “Ja, dat heeft wel alles met elkaar te maken denk ik. Ik heb recentelijk ook wel te maken gehad met de politie, in de zin van dat er op de hoek van de straat een aantal jongeren al een hele tijd hangen. Zij hebben nooit echt voor overlast gezorgd, maar de laatste tijd wel. Vernielingen, gedoe, dat is allemaal steeds hoger opgespeeld. De woningbouwvereniging speelde daar een rol in en een tijdje geleden stond ineens de wijkagent voor de deur, gewoon om even te vragen hoe het nu is, of ik er last van had. Er was al een houten poort neergezet om een deel van het pad af te schermen, maar die poort was een paar dagen daarvoor vernield door die jongens. Hij heeft natuurlijk ook even gevraagd van goh, heeft u daar informatie over, heeft u iets gezien of gehoord? Dat was dan helaas niet zo, maar ik merkte wel meteen een verschil inderdaad. Ik had er daarvoor eigenlijk zelf niet zo heel erg veel last van, maar het viel mij inderdaad wel op. Ik had natuurlijk ook van te voren gezien dat de boel daar vernield was en ik irriteerde mij daar ook aan en je merkt wel meteen een verschil als je dan even contact hebt gehad met de politie. Zij zijn er dus ook mee bezig, de agent irriteerde zich er ook aan, pakt het op, doet

er iets aan en komt bij mensen om een reactie vragen. Het is niet zo dat ik me daardoor indirect of direct onveiliger voelde, maar ik merk wel dat het een prettige ervaring is. Dat je toch even contact hebt gehad. Dat is natuurlijk ook een vorm van communicatie."
Nina: "Ja, precies. In de enquête is ook de vraag opgenomen via welke middelen u informatie over incidenten ontvangt. Weet u nog wat u daar heeft ingevuld?"

Respondent: "Sowieso internet en mail. Ja, krant wat minder. Ik ontvang inderdaad wel zo'n huis-aan-huisblad en heel af en toe blader ik daar wel eens door, maar ik zou niet zeggen dat ik dat nou altijd lees. Maar ik weet ook niet meer of je hier nou moest aanvinken of het wel of niet was of in welke mate je deze middelen tot je neemt."

Nina: "Nee, de vraag was: u ontvangt informatie via…. En dan kon u aanvinken via welke middelen u informatie over incidenten ontvangt."

Respondent: "Oh ja, dan zal het huis-aan-huisblad erbij zitten inderdaad. Folders en flyers minder. Twitter ja, Hyves ja. Open dagen nee en SMS-Alert ja, want ik heb me daarvoor aangemeld.

Nina: "En internet, wat moet ik me daarbij voorstellen? Typt u iets in bij Google over wat u wilt weten of maakt u echt gebruik van de politie websites?"

Respondent: "Met name het laatste eigenlijk. En natuurlijk de lokale nieuwszenders en de algemene nieuwssites."

Nina: "De nieuwe media komt steeds meer op en ook ouderen maken steeds meer gebruik van het internet. Denkt u dat er behoefte is aan buurtgerichte informatie via internet of e-mail? Dat mensen kunnen zien wat er in hun eigen wijk gebeurt?"

Respondent: "Ik moet je eerlijk zeggen dat als je me de vraag een paar dagen geleden had gesteld ik misschien anders had geantwoord dan nu, want er was iets dat mij heel erg verbaasde. Op het moment dat ik de enquête invulde in de rol van bewoner van Huizen, en ik heb het op een gegeven moment volgens mij ook bij de toelichting gemeld, dat ik mij er alles bij voor kan stellen dat digitaal communiceren met de plaatselijke bevolking hier wellicht niet het meest voor de hand liggende middel is. Wel voor mij, ik ben iemand die er veel gebruik van maakt en heb ook lang als digitaal rechercheur gewerkt, dus ik heb er heel veel affiniteit mee en ik vind het ook gewoon heel erg leuk. Maar ik had het beeld dat de gemiddelde bevolking van Huizen een stuk meer op leeftijd is, gemiddeld mag je dan zeggen senior en om die reden gewoon minder geïnteresseerd is in internet en zeker geen gebruik zal maken van sociale media. Tot ik puur uit interesse een beetje informatie aan het verzamelen was over de gemeente Huizen op Wikipedia, en de eerste zin die daar staat over de plaats Huizen, is dat het een gemiddeld jonge bevolking heeft. En toen dacht ik echt wat?"

Nina: "Ja, ik heb die informatie natuurlijk ook opgezocht en het verbaasde mij ook!"

Respondent: "Nou, mij dus ook. En ik weet natuurlijk niet in hoeverre die cijfers allemaal kloppen, maar het blijkt zo te zijn. En toen dacht ik inderdaad net op de weg naar dit interview, goh, als dat echt zo is dan zal ik mijn mening daar wel op moeten bijstellen. Want dan mag je er van uit gaan dat er een toch wat meer doelgericht communicatiemiddel nodig is."

Nina: "Ja, maar toch, het grootste deel van de respondenten zijn tussen de 50 en 65 jaar oud."

Respondent: "Het is wel iets opvallends ja. En het sluit ook helemaal niet aan bij het beeld dat ik van Huizen heb wanneer ik over straat loop."

Nina: "Ik ken Huizen niet goed, maar ik had ook een ander beeld."

Respondent: "Ja, dus misschien is die nieuwe media dan wel een doelgericht middel. Of misschien blijkt wel dat uit die voornaamste groep senioren die wel hebben gereageerd op je enquête oudere mensen tussen zitten die juist wel gebruik maken van sociale media."
Nina: "Ja, want het invullen van de enquête kon alleen via de computer. En dit sluit eigenlijk best wel aan bij de volgende vraag, want is volgens u

de communicatie goed per individu afgestemd? En dit kan over taalgebruik of over de inhoud van de informatie gaan, maar deze vraag stel ik met betrekking tot de inhoud van de informatie."

Respondent: "Nou, als het dan gaat om Huizen gaat dat een stuk minder op. Omdat het dan inderdaad vrijwel altijd in algemene zin is. Of dat nou is via het huis-aan-huisblad of via een algemene nieuwssite of een regionale nieuwssite, of de nieuwsbrief van de politie zelf. Tenzij er dan net toevallig iets groots is wat zich in jou omgeving afspeelt, dan is de informatie natuurlijk wel op je afgestemd, maar dat is dan meer toevallig. Maar het is natuurlijk altijd iets dat de gehele woonplaats Huizen betreft. Zoals in mijn geval de hangjongeren, wat ik net al zei het was heel prettig om dan toch even contact te hebben met de wijkagent die zegt van heel erg vervelend, ik heb gezien dat er dit en dit is gebeurd en daarvoor al dit en dat en ik weet al dat die erbij betrokken is, maar ik ga toch nog even met die persoon praten. Dat is natuurlijk heel concreet en heel erg op de directe omgeving gericht. En dat heb je nu niet in de communicatiemiddelen.

Nina: "Want hoe denkt u dat die afstemming beter zou kunnen? Denkt u dat er een manier is om dit meer per individu af te stemmen?"

Respondent: "Wellicht dan inderdaad met behulp van de digitale middelen die er zijn. Ik zou natuurlijk ook niet durven in te schatten hoe dat specifiek op deze doelgroep zou landen, maar het is natuurlijk wel het middel bij uitstek lijkt me om specifieke informatie te kunnen geven. Anders dan via iets dat gedrukt is op papier of op een andere manier."

Nina: "De volgende vraag is een beetje ingewikkeld, misschien kunt u beter even meelezen. Ik heb de vraag gesteld of er een verband is tussen de hoeveelheid informatie die de burger van de politie ontvangt en het veiligheidsgevoel. Dus of de uitspraak hoe meer, hoe beter klopt. En ik vond hier bij de antwoorden een tegenspraak inzitten, maar u kunt het op verschillende manieren bekijken. 57,4% van de respondenten vindt namelijk dat er een verband bestaat, dus dat hoe meer informatie, hoe beter klopt, maar heel weinig mensen zijn het eens met de stelling dat veel communicatie over een incident dat zich heeft afgespeeld zorgt dat zij zich veiliger voelen."

Respondent: "Dat is inderdaad een ingewikkelde ja, dat klopt. "

Nina: "Dus aan de ene kant zeggen de respondenten eigenlijk hoe meer informatie, hoe beter, maar in de tweede vraag zeggen ze nee, door veel informatie over een incident ga ik mij niet veiliger voelen."

Respondent: "Dat is inderdaad wel waar, maar klopt het wel wat je nu zegt dan? Die 57,4% zeggen dat er wel een verband is, maar ze zeggen nog niks over of het veiligheidsgevoel van mensen dan toe- of afneemt op het moment dat ze meer informatie over incidenten krijgen. En bij die tweede vraag zeggen ze echt als ik meer informatie krijg over een incident voel ik mij minder onveilig."

Nina: "Oké, ja, ik vond hem zelf heel moeilijk, dus ik wilde hem graag aan u voorleggen."

Respondent: "Hij is inderdaad wel tricky. Maar die ene vraag is inderdaad niet gekoppeld aan meer of minder veiligheidsgevoel. En ik vind het sowieso een lastige, want ik heb deze situatie in mijn woonsituatie in Amsterdam gehad. Ik wist een hele boel van wat er speelde, ook in mijn specifieke woonomgeving en kijkend naar wat er allemaal gebeurde in de wijk waar ik woonde zou je zeggen daar wil je niet wonen. Er was gewoon een heleboel loos en er gebeurde een heleboel. Maar kijkend naar mijn woongenot, mijn woonervaring en gewoon puur als inwoner van de gemeente Amsterdam had ik daar helemaal geen last van. En als er twee straten verder trammelant was en vechtpartijen, hoorde en zag ik dat niet. Dus dat beïnvloedde eigenlijk helemaal niet mijn veiligheidsgevoel. Maar inderdaad hoor en lees je erover dan zou je kunnen denken ik voel me nu helemaal niet meer prettig nu ik weet wat er allemaal gebeurt. Ondanks het feit dat ik het niet hoor en niet zie. Maar dit gaat voor mij persoonlijk niet op eigenlijk. Het is in mijn geval niet zo dat als ik hoor dat er van de week een oud vrouwtje is beroofd op de hoek van de straat, dat ik dan de deur uit ga en me minder veilig zou voelen. Sterker nog, ik zou het eigenlijk liever wél willen weten, omdat ik me bewuster ben van de omgeving als ik gewoon weet wat er gebeurt. Maar dan eigenlijk meer in

opsporingsgerichte zin. Er is een oud vrouwtje overvallen dus naar wie gaan we op zoek en waar moet ik op letten."

Nina: "Oké, dus als er bijvoorbeeld veel inbraken in de buurt zijn dat u weet hoe u zich kunt voorbereiden.

Respondent: "Nou, ik zie het als een soort vanzelfsprekendheid maar misschien is het dat wellicht niet. Communicatie is natuurlijk tweeledig, tweezijdig, waar we het net al over hebben gehad, bijvoorbeeld aan het gebruik van sociale media vind ik het heel prettig om vervolgens de wijkagent te kunnen benaderen en heel specifiek te vragen hoe zit het met het probleem waar ik last van heb als individu, en ik krijg een antwoord dat op maat is en is afgestemd. Maar het gaat ook andersom. Stel dat de wijkagent twee straten verderop last heeft van hardnekkige auto-inbraken en een signalement heeft van de daders, maar verder nog geen aanknopingspunt heeft, en hij verspreidt dat onder zijn lokale doelgroep, gaat het twee kanten op. Je kunt burgers als politie zijnde ook inzetten als een verlengstuk van de opsporing. En daar zijn natuurlijk heel veel voorbeelden van via internet, websites waar mensen betrokken worden om politieonderzoeken te ondersteunen en dat soort zaken. En dat geldt ook voor hier, voor deze doelgroep."

Nina: "En wat is volgens u het effect van de mate van informatieverstrekking over incidenten vanuit de politie op het veiligheidsgevoel van de burgers van de gemeente Huizen? Ook die vraag heb ik in de enquête gesteld en daarbij viel op dat bijna 80% van de respondenten denkt dat de informatieverstrekking over veiligheid en incidenten een positief effect heeft op het veiligheidsgevoel van de burger. Dus heel veel mensen vinden die communicatie positief. Maar welke mate is dan positief? Die vraag heb ik niet gesteld, maar dé mate van informatieverstrekking kan een positief effect hebben, maar heeft u een idee, misschien vanuit uw persoonlijke oogpunt gezien, welke mate u dan positief zou vinden? Wilt u het alleen horen wanneer er iets is gebeurd, of wilt u sowieso elke week of elke maand een berichtje krijgen?"
Respondent: "Dat is inderdaad een heel persoonlijke vraag, want dat kun je ook in het fysieke trekken van hoe vaak ontvangt iemand nou een huis-aan-huisblad of hoe vaak kijkt iemand nou op een internetsite wat er gebeurd is. Ik vind het een moeilijke vraag om te beantwoorden eerlijk gezegd. Je zou inderdaad denken dat je ervoor zorgt dat het aanbod er is en dat je aan de doelgroep zelf overlaat hoe vaak ze er gebruik van willen maken en dat geldt natuurlijk met name voor alles wat je via internet aanbiedt omdat dat een makkelijkere manier van aanbieden is en via Facebook kan iemand er zelf voor kiezen om te connecten, via Twitter kan iemand zelf kiezen om te volgen of om contact op te nemen. Via de digitale nieuwsbrief kan iemand zelf bepalen om zich te abonneren of om zich uit te schrijven. Ik denk dat het heel moeilijk is om daar iets algemeens over te zeggen, want dat is gewoon per individu verschillend.

Nina: "Dus eigenlijk moet de politie aanbieden waarvan zij denken dat van belang is aan informatie en de mensen de mogelijkheid geven om zelf te bepalen of ze dat willen ontvangen of niet."

Respondent: "Ja, nu hebben we het eigenlijk wel specifiek over frequentie hè. Ik merk wel, om het dan even te vertalen naar een voorbeeldje, met dat SMS-Alert waar we het eerder al over hadden. Ik vind het een heel mooi middel, want iedereen heeft nu bijna wel standaard een telefoon bij zich. Het gebeurt af en toe dat ik een berichtje krijg over een vermist persoon met een signalement, maar ik denk dat ik zo'n sms'je 2 'a 3 keer per maand krijg. Of wel minder, het varieert ook wel een beetje. En ik heb vaak zoiets van, dit soort dingen gebeuren toch dagelijks? Er zijn toch dagelijks overvallen of bedreigingen waarbij gewoon iemand opgespoord moet worden? Dus waarom krijg ik niet vaker van die sms'jes? Je zou dan misschien verwachten dat je je via internet kunt aanmelden en daarop kunt abonneren, en dat je kunt aangeven hoe vaak je maximaal zo'n sms'je zo willen ontvangen. Dat zou ik als consumer een hele fijne vinden."

Nina: "Nu kunt u zich inderdaad alleen maar af- of aanmelden. En niks ertussenin. Andere vraag: hoe kan de communicatieafdeling van de politie Gooi en Vechtstreek haar communicatie volgens u optimaal inzetten om het veiligheidsgevoel op een positieve manier te beïnvloeden? Stel, u kunt de breedste mogelijkheden betrekken om de effectiviteit van de communicatie te vergroten, met als doel het vergroten van het veiligheidsgevoel."

Respondent: “Ik denk dat de mate waarin je gerustgesteld wordt als er wat aan de hand is een grote invloed heeft op het veiligheidsgevoel. Het is heel prettig als je vanuit de politie informatie krijgt waarbij je denkt oke, nu voel ik me veiliger. En ik kan me voorstellen dat dat gevoel met name komt op het moment dat er interactie is geweest met de politie over wat er gebeurd is. Het is ook altijd heel prettig als er bij je woning is ingebroken en de politie komt ter plaatse. Dan ga je natuurlijk het traject van aangifte doen in en noem het maar op. En dat wil natuurlijk absoluut niet zeggen dat het probleem dan letterlijk is opgelost of dat de dader is gepakt, maar je eerste schrik is weg en je bent gewoon gerustgesteld. En toch inderdaad weer over die sociale media, daarvoor geldt natuurlijk dat het om tweezijdige communicatie gaat. Ik kan me voorstellen dat met name het feit dat jij de politie makkelijk kunt benaderen, los van de vraag of je dat ook daadwerkelijk doet maar gewoon de wetenschap dat het kan, al een heel groot effect heeft op de veiligheidsbeleving.“

Nina: “De afstand verkleinend?”

Respondent: “De afstand zeker verkleinend. En ook het grote ding van dé politie, dé organisatie, duizenden mensen bij elkaar, verkleinen tot iemand die gewoon gemakkelijk te benaderen is via sociale media. En dat hoeft niet letterlijk een persoon te zijn zoals een wijkagent van wie je weet wie het is en die je ook al eens een keer de hand hebt geschud, maar het kan ook zijn, stel dat er via een algemeen kanaal, bijvoorbeeld een Facebookpagina, lokaal nieuws wordt verspreid en het is iets wat jou aan gaat, wat jou interesseert en je reageert daarop, dat daar wel een reactie op terug komt.”

Nina: “Het idee dat u een betrouwbaar contactpersoon heeft.”

Respondent: “Ja inderdaad. Of in ieder geval dat je er iets over kunt melden of dat je de informatie die je erover hebt kwijt kunt, de vragen die je erover hebt kunt stellen. Dat er interactie plaatsvindt. Ik kan me voorstellen dat dát de veiligheidsbeleving meer vergroot dan eenzijdig het nieuws tot je nemen via het huis-aan-huisblad of de e-mailnieuwsbrief.”

Nina: “Dat is eigenlijk ook de rede van dit onderzoek. Er is een verplaatsing van de communicatie aan de hand en wij moeten gaan kijken hoe we die communicatie daarop anders moeten inrichten, op de mogelijkheid van interactie überhaupt al. Wat eigenlijk al een tijdje aan de gang is.”

Respondent: “Maar aan de andere kant is het nu misschien ook wel een heel erg goed moment om dit onderzoek te doen, want dit speelt natuurlijk al jaren. Toen ik zelf bij de digitale recherche zat heb ik ook heel erg veel meegewerkt aan dingen die hier heel veel raakvlak mee hebben. Maar nu is wel een beetje een moment dat een heleboel dingen die in de afgelopen vier jaar ontsproten zijn aan plannen, ideeën en voornemens tot uiting komen. Stop Heling is daar een voorbeeld van, maar vraagaandepolitie.nl, die website die twee, drie maanden geleden gelanceerd is op initiatief van de politie Utrecht, is ook zo’n project.”

Nina: “Dat is ook op jongeren gericht toch?”

Respondent: “Ja, precies. Het is een manier, een kanaal voor jongeren. Wat voor vraag je ook hebt, maakt niet uit wat, daar kun je naar toe en dan kun je je vraag kwijt en dan krijg je ook al dat directe en op dezelfde manier krijg je antwoord. Dus ik kan me voorstellen dat juist nu, nu die dingen allemaal een beetje beginnen te lopen en rollen dat het juist ook leuk voor jou is om te zien.”

Nina: “Ja, en u ziet ook welke middelen geen hypes zijn maar juist stabiel zijn gebleven. Twitter zal bijvoorbeeld nog wel een hele lange tijd blijven.”

Respondent: “En het is nu meer uitgekristalliseerd denk ik wat de politie kan en wat niet aanslaat. Een paar jaar geleden waren er heel veel plannen maar er was nog niks. Er was helemaal geen politie op Hyves of op welke digitale media dan ook. En nu zijn een heleboel dingen geprobeerd en ja, wat je zegt, sommige vallen af en sommige blijven.”

Interview Respondent 3

Nina: “Ik weet dat u, omdat u politieagent en inwoner van de gemeente Huizen bent, dit interview van twee kanten kunt opvangen. En dat u niet kunt uitschakelen dat u bij de politie werkt. Ik wil u vragen om te proberen deze enquête als een bewoner van Huizen in te vullen.”

Respondent: “Oké, als bewoner.”

Nina: “Ja, dat zou mooi zijn.”

Respondent: “Oké.”

Nina: “De eerste vraag is hoe lang woont u al in Huizen?”

Respondent: “Vanaf ’76, maart ’76. Dus dat is ehm.. 35 jaar hè?”

Nina: “Ja, 35 jaar.”

Respondent: “Dus dat is al een hele tijd.”

Nina: “Heeft u daarvoor nog ergens anders gewoond?”

Respondent: “Ja, ik kom van de Veluwe, uit Ermelo. Maar ik ben in Huizen gaan wonen vanwege het feit dat ik bij de politie ging werken.”

Nina: “Oké.”

Respondent: “En ja, Huizen was toen heel sterk aan het groeien, het is de groeigemeente van het Gooi geweest in die jaren, dus het krijgen van het huis en het vinden van een huis was geen probleem. Dat ging heel goed.”

Nina: “En merkt u veel verschil op het gebied van veiligheid met uw vorige woonplaats en Huizen?”

Respondent: “Nee.”

Nina: “Nee?”

Respondent: “Eigenlijk niet, nee. De plaatsen verschillen in grootte.. ja, inmiddels wel omdat Huizen behoorlijk doorgegroeid is, maar toendertijd niet zo heel veel. Dus nee, daar merk ik niet heel veel van.”

Nina: “En op het gebied van communicatie van de politie in de verschillende woonplaatsen met betrekking tot incidenten? Merkt u daar veel verschil in?”

Respondent: “Toendertijd ja, er was een rijkspolitie en daar zaten maar een paar mensen. En als er echt wat was dan moesten ze overal vandaan gehaald worden, maar er gebeurde niet zo heel erg veel. Net zo goed dat als er, vind ik, niet zo heel veel in Huizen gebeurt. Geen ernstige dingen tenminste.”

Nina: “Dus er werd eigenlijk gewoon minder gecommuniceerd?”

Respondent: “Toen, ja.”

Nina: “Wat verstaat u onder veiligheid?”

Respondent: “Nou, ja, ik versta onder veiligheid dat je geen groot risico loopt om betrokken te worden bij een misdrijf zeg maar. En dat is inbraak in je woning, of een overval, of vernielingen aan je auto nou ja, goed, alle misdrijven die je daarvoor maar kunt bedenken.”

Nina: “Die heb ik nog niet gehoord, dat vind ik een hele mooie definitie. En wat verstaat u onder veiligheidsgevoel?”

Respondent: “Ja, daar zit natuurlijk een verschil in. Kijk, ik weet vanuit mijn werk dat Huizen een relatief veilige gemeente is, maar ik kom ook met mensen in contact die zich niet veilig voelen. En hoe dat dan komt dat weet ik niet. Die lezen misschien een krant en projecteren al die ellende meteen op de situatie hier, maar veiligheidsgevoel is natuurlijk het gevoel dat de mensen hebben met betrekking tot de veiligheid in hun omgeving. En ja, die is voor ieder verschillend. Want iedereen kijkt met andere ogen

naar de wereld. En we leven in een wereld waarin je risico's loopt en dat aanvaard ik, en een ander aanvaart dat gewoon niet en raken meteen in paniek als hun een keer wat overkomt. Dat is een heel groot verschil."

Nina: "Oké. Hoe veilig heeft u zich gevoeld het afgelopen jaar en wat heeft daar invloed op gehad?"

Respondent: "Hoe veilig ik mij gevoeld heb?"

Nina: "Ja, ik weet niet of u de enquête heeft ingevuld?"

Respondent: "Nee, ik heb hem niet ingevuld."

Nina: "U kunt een keuze maken tussen zeer onveilig, onveilig, neutraal, veilig en zeer veilig."

Respondent: "Nou ik heb mij heel veilig gevoeld. Ik ben ook eigenlijk nooit persoonlijk betrokken geraakt bij een misdrijf. Er is zelfs geen fiets gestolen of zo of een portemonnee of wat dan ook, helemaal niks."

Nina: "Dat is wel een uitzondering dan!"

Respondent: "Ja!"

Nina: "En dat is het enige dat invloed heeft gehad op uw veiligheidsgevoel? Of ook dingen op het gebied van communicatie of iets heel anders?"

Respondent: "Nee, ik bekijk veiligheid zoals ik het zelf dagelijks ervaar en wat om mij heen geschreven en gedaan wordt, ja, daar kun je je door laten beïnvloeden en daar word je ook door beïnvloed, maar ik heb dat zelf niet zo. Ik kijk echt van, hoe leef ik mijn eigen wereld en hoe veilig is die wereld, en als die onveilig wordt dan ga ik me daar proberen tegen te wapenen. En dat is tot nu toe niet nodig geweest."

Nina: "Dat is heel fijn voor u."
Respondent: "Ja."

Nina: "Ik heb hier ook een lijstje waar mensen konden invullen hoe ze informatie ontvangen over incidenten. Ik heb een lijstje met middelen en misschien kunt u aangeven op welke manier u informatie ontvangt over incidenten."

Respondent: "Incidenten hier in Huizen?"

Nina: "Ja, incidenten in de gemeente Huizen."

Respondent: "Al die sociale netwerken zoals Twitter en Hyves daar doe ik niet aan mee. Nou, ik krijg het via sms omdat ik me daarvoor aangemeld heb, dat SMS-Alert. Daar heb ik me privé ook voor aangemeld. En de huis-aan-huisbladen. En de krant die ik lees dat is een landelijk dagblad, nou, daar staan weinig nieuwtjes over Huizen in, dus nee, die drie dingen."

Nina: "Dus niet via e-mail en het internet?"

Respondent: "Nee, volgens mij niet."

Nina: "Oké, nou, dat kan. En waarom bent u daar niet in geïnteresseerd, in die nieuwe media? Of doet u daar niet aan mee?"

Respondent: "Nee, daar ben ik totaal niet in geïnteresseerd, ik vind het maar geleuter."

Nina: "Omdat het een risico gebied is misschien?"

Respondent: "Nee helemaal niet, maar ik heb daar gewoon niks mee. Ik ben natuurlijk van een wat eerdere generatie en ik heb er ook geen behoefte aan. Als ik dan weleens hoor wat er allemaal getwitterd wordt dan denk ik mensen, waar gaat dit over? Dat ik straks naar de dealer ga voor mijn auto, moet ik dat gaan twitteren? Nou dat doen mensen en wie is daar nou in geïnteresseerd? Kom op. Nee ik vind dat gewoon geen media voor mij."
Nina: "Oké, dat is ook een goede rede. Is de communicatie vanuit de politie naar de burger toe over incidenten volgens u goed per individu

afgestemd? Dus dat kan vanuit taalgebruik bekeken worden, maar ik doel meer op de inhoud."

Respondent: "En wat bedoel je met per individu afgestemd?"

Nina: "Nou, of u denkt dat er goed is afgestemd dat mensen de informatie krijgen die zij willen krijgen. En niet veel meer en niet veel minder."

Respondent: "Ja ik weet niet hoe men tot die schifting komt. Maar ik heb het idee dat dat door communicatie bepaald wordt, wat mensen wel en niet krijgen en dat niet aan de mensen gevraagd wordt. Althans, ik ben nog nooit zo'n enquête tegen gekomen waarin werd gevraagd wat voor informatie ik van de politie zou willen ontvangen. Ook de buurtpreventieverenigingen kunnen zich bij onze afdeling communicatie aanmelden om de politieberichten te krijgen en er zijn erbij die dat doen. Maar ze hebben geen invloed op de selectie daarvan."

Nina: "En zou dat meer moeten denkt u, communicatie op maat?"

Respondent: "Ja, ik denk dat dat voor een buurtpreventievereniging wel handig is, want ik denk dat inbraken, anders dan de incidentjes op straat die iedereen kan zien, veilig zijn om de pers in te brengen en niet de dingen die zich zeg maar achter de schermen afspelen, want in de privésfeer zijn er inbraken of berovingen. Dus het zou misschien afgestemd kunnen worden op een bepaalde doelgroep."

Nina: "Oké. Wat is volgens u het effect van de mate van informatievertrekking over incidenten vanuit de politie op het veiligheidsgevoel van de burger? Dus hier gaat het vooral om de mate, de frequentie. Wat is de ideale situatie?"

Respondent: "Volgens mij hebben we het daar de vorige keer ook al over gehad. Ik denk vanuit de burger gezien kun je zeggen van oké politie, hartstikke fijn dat u mij getipt heeft over de dingen die gebeuren, maar er zullen ook mensen zijn die dat weer als negatief zien en zeggen oh oh oh, wat gebeurt er in Huizen toch veel, wat is het toch een nare gemeente. Dus ik denk dat je dat nooit goed kunt doen. We hebben het in de landelijke pers ook gezien met die incidenten rond het kindermisbruik. Toen die tijd met Benno L, die badmeester. Het speelt niet hier, het wordt wel in de landelijke pers opgepakt en mensen gaan dat meteen op zichzelf projecteren van oh, als mijn kindjes maar niks overkomt en hoe zou het met onze badmeester zijn? Soms krijg je een bepaalde massa hysterie daardoor en dat is natuurlijk een heel negatief effect wat je dus niet wilt bereiken. Ik denk dat gewoon objectieve berichtgeving goed is. Je mag geïnformeerd worden over de dingen die om je heen gebeuren. Maar ik denk dat mensen dat zelf ook wel kunnen gaan halen, het internet bijvoorbeeld zou daar een goed medium voor zijn. Dat je selectief kunt zijn in wat je wel en niet wilt weten."

Nina: "Ziet u nog andere mogelijkheden in hoe de politie haar communicatie kan inzetten om het veiligheidsgevoel te vergroten? Zijn er alternatieven, moet er een totaal andere aanpak komen dan er nu is?"

Respondent: "Vanuit het perspectief van de burger weer hè?"

Nina: "Ja."

Respondent: "Ja, nou ja Twitter wordt tegenwoordig natuurlijk gebruikt en er zijn bijvoorbeeld wijkagenten die daar gebruik van maken om op die manier de jeugd te bereiken. En het gaat er natuurlijk vooral ook om om informatie te krijgen. Je doet heel leuk mee in dat Twitter, maar het is vooral ook om het functioneel voor je werk te maken. Dus dat zou wat kunnen zijn. Ik vind dat altijd heel lastig, dit soort dingen."

Nina: "Ja dat snap ik."

Respondent: "Misschien is dat wat, om daar eens heel diep onderzoek naar te doen."

Nina: "Dat zou wel heel leuk voor een vervolgonderzoek zijn. Ik heb er nu de tijd niet voor, maar ik denk dat hiermee wel een goed begin is gemaakt."
Respondent: "Ja, ik denk dan vooral dat de primaire vraag is van wat willen de mensen nou graag weten en waarom willen ze dat weten."

Nina: “En dan ook zorgen dat iedereen dat op zijn eigen manier ontvangt.”

Respondent: “Selectief, een soort maatwerk zeg maar, ja.”

Nina: “Eigenlijk voor iedereen het ideale paar schoenen maken.”

Respondent: “Ja. Ik weet ook niet of het bijvoorbeeld zou helpen om de nare dingen die er in Huizen gebeuren uit de krant te houden. Misschien dat mensen daardoor denken van nou, er is eigenlijk helemaal niks. Dat ze alleen maar leuke dingen in de krant zetten. Ik geloof dat ze dat in het nieuws weleens geprobeerd hebben. De echte nare dingen er uit te halen en echt het accent op de leuke dingen te leggen. En ja, ik denk wel dat dat zou helpen voor een heel groot aantal mensen die zich laten beïnvloeden door wat er in het nieuws is.”

Nina: “Ik denk dat je dat van twee kanten kunt bekijken, want ik hoor dat van mensen, maar ik hoor ook van mensen dat juist als ze alles weten wat zich afspeelt in hun buurt, ze het gevoel krijgen dat ze zich daar beter op kunnen voorbereiden. Dat als er veel inbraken zijn dat ze maatregelen kunnen treffen.”

Respondent: “Ja natuurlijk, maar die kun je ook zonder het feit dat je weet dat er ingebroken wordt in je buurt. Toen ik hier naar Huizen kwam zat ik in een huurwoning. Na een aantal jaren ben ik naar een koopwoning verhuist. En het eerste wat ik heb gedaan is het hang en sluit werk in orde gemaakt. En daar heb ik een behoorlijke investering in gedaan. Dat geeft geen garantie, geen enkele, maar het helpt wel. Ik heb het voor mijn eigen veiligheid niet nodig om te weten wat er allemaal om mij heen gebeurt. Ik zet evengoed mijn fiets wel op slot als ik ergens naartoe ga. Ook al zou er geen enkele fiets gepikt worden. Al zouden er 100 gepikt worden, dan zou ik er misschien nog een extra kabeltje omheen doen, maar ik denk dat je die verantwoordelijkheid zelf al voor een heel groot deel kunt nemen. En als je wilt dat je geen nare dingen overkomt, geen misdrijf overkomt, en dat geldt niet voor allemaal natuurlijk, maar er zijn erbij die je best zou kunnen voorkomen. Ga niet met hele dure dingen lopen. Als jij met een heel duur mobieltje te koop loopt zou ik bijna zeggen, weet je dat je een zeker risico loopt. Hou je dat ding in je zak, gebruik je hem selectief en laat je het niet aan iedereen zien. Net als mensen met veel geld, als je laat zien dat je veel geld hebt loop je risico. Dus ik vind het niet perse noodzakelijk. Zeker als je wat ouder bent dan weet je wat de gevaren zijn om je heen, dat heb je door ervaring opgedaan en dan weet je ook wel hoe je je daartegen kunt wapenen. Misschien simpel gedacht, maar zo kun je het ook bekijken.”

De Huizer Courant van donderdag 17 februari 2011

ENQUÊTE IN HUIZEN: HOE WIL DE BURGER INFORMATIE ONTVANGEN VAN DE POLITIE?

"In kaart brengen hoe communicatie een positief effect op het veiligheidsgevoel geeft"

Ze studeert communicatie management op de Hogeschool van Utrecht en doet dit jaar examen. Haar afstudeerstage loopt Nina Bosboom (20) bij Politie Gooi en Vechtstreek, waarbij ze een eindscriptie zal schrijven over hoe communicatie het veiligheidsgevoel van burgers kan vergroten. Een interessant onderwerp, waarvoor Nina inmiddels de benodigde voorbereidingen achter de rug heeft, met als doel een enquête te houden onder de bewoners van Huizen. Eind deze week kunnen 100 huisadressen een brief in de bus verwachten en 400 mailadressen digitale post. De adressen kreeg Nina via respectievelijk de gemeente Huizen en het adressenbestand van de digitale Politie Nieuwsbrief. Ook zijn alle andere inwoners van Huizen van harte uitgenodigd de onderzoeksvragen in te vullen via de link die onderaan dit artikel staat vermeld.

Het idee om stage te lopen bij de politie kwam in Nina's gedachten, omdat haar interesse uitgaat naar een vervolgopleiding recherchekundige.

"Door stage te lopen bij de politie kan ik kijken of deze organisatie bij me past", legt Nina uit. "Als recherchekundige ben je theoretisch bezig met een politiezaak. Je maakt analyses, doet onderzoek en geeft er begeleiding aan. Bijvoorbeeld hoeveel woninginbraken ergens zijn geweest en welke aanpak het beste is. Omdat ik de studie heel interessant vind, heb ik als stageplek voor overheidscommunicatie gekozen. Dat is anders dan communicatie in de commerciële wereld. Je hebt bij de politie een ander doel: je levert een bijdrage aan de samenleving".

"Op commercieel gebied is er meer eigen belang. Nike bijvoorbeeld, wil gewoon schoenen verkopen en geld verdienen. Bij de politie heb je met communicatie het veiligheidsgevoel van de burger voor ogen en doe je het niet in je eigen belang".

Ze koos haar HBO-studie omdat ze met communicatie management alle kanten uit kan.

"Het is een goede basis voor een vervolgopleiding. Ik heb gemerkt dat er veel meer bij komt kijken dan ik dacht. Je moet heel veel denken vanuit de ander, wat mensen moeten gaan doen. Je moet je doel voor ogen houden wanneer je bijvoorbeeld een poster of flyer maakt, waarmee je een gedragsverandering voor elkaar wilt krijgen. Dat moet via een bepaalde weg. Je moet je daar niet meteen op richten. Je moet echt kennis van een bepaald onderwerp hebben en dan via een campagne de houding proberen te veranderen, zodat er aangepast gedrag ontstaat dat positief is voor de organisatie waar je voor werkt", vertelt Nina.

Openheid

Tijdens haar stage bij de politie verricht Nina ondersteunende werkzaamheden. Zo werkt ze mee aan de totstandkoming van posters en folders voor de regionale Veiligheidsdag, schrijft ze verslagen in het kader van interne communicatie en was ze betrokken bij het convenant Veilig Uitgaan in Hilversum. Maar vooral ook kijkt ze de kunst van overheidscommunicatie af. Verder heeft ze veel achterliggend onderzoek gedaan ter voorbereiding op haar afstudeerscriptie en een enquête opgesteld.

"Het gaat erom te onderzoeken hoe communicatie kan bijdragen aan een veiligheidsgevoel van burgers. Voor de afdeling communicatie is het niet duidelijk wat het effect is van communicatie op de burger. Er is voor het onderzoek gekozen voor Huizen, omdat het een overzichtelijk en actieve gemeente is. Het doel is in kaart brengen hoe communicatie een positief effect op het veiligheidsgevoel geeft".

"Wij communiceren op een bepaalde manier", legt politiewoordvoerder Léonie Bosselaar van Bureau Communicatie uit. "Maar de samenleving verandert. Je hebt niet alleen een zender, maar ook een ontvanger. Degene die ontvangt geeft ook weer informatie terug. En soms liggen bepaalde gegevens al op straat voordat wij iets naar buiten brengen. Draagt de manier waarop wij communiceren wel bij aan het veiligheidsgevoel? Ik denk dan aan persberichten, berichten over woninginbraken of meer blauw op straat. De politie heeft zó'n aparte vorm van communicatie.... Dat is uniek. We willen openheid en transparantie geven, omdat je een overheidsorganisatie bent. Wij geven informatie heel feitelijk één op één weer. De politie moet betrouwbaar zijn. Wat we zeggen moeten we ook waarmaken".

Werkelijke veiligheid

Ter voorbereiding van haar onderzoeksenquête heeft Nina gesprekken gehad met de gemeente Huizen en de wijkagenten.

"Ik ga eind februari de brieven en mails versturen met daarin een link waar de burgers op kunnen klikken om de enquête in te vullen, dat meteen wordt omgezet in grafieken en tabellen. Die kan ik vergelijken met de Veiligheidsmonitor van de gemeente Huizen, om te zien of de uitkomst van de enquête ook overeenstemt met de werkelijke veiligheid. Met een aantal wijkagenten en inwoners van Huizen wil ik dan nog een diepte-interview doen. Ik kan daarvoor kijken naar een aantal mensen dat er uitschiet bij de enquête omdat ze een uitgesproken mening hebben, of juist mensen kiezen uit het gemiddelde. Het invullen van de enquête duurt maximaal 5 minuten. Vragen die mensen kunnen verwachten zijn bijvoorbeeld, hoe veilig burgers zich overdag op straat of in hun woning voelen. En of ze denken zich veiliger te voelen met meer blauw op straat".

"De enquête bestaat uit 3 delen", legt Léonie uit. "Het eerste deel gaat over hoe veilig mensen zich voelen, dus daarmee hangt de vraag van meer blauw op straat samen. Het tweede deel is de manier van communicatie zoals bijvoorbeeld krantenberichten. Het derde deel gaat over hoe we het anders zouden kunnen doen. Eigenlijk de vraag aan de burger: -Hoe zou u informatie willen ontvangen?-

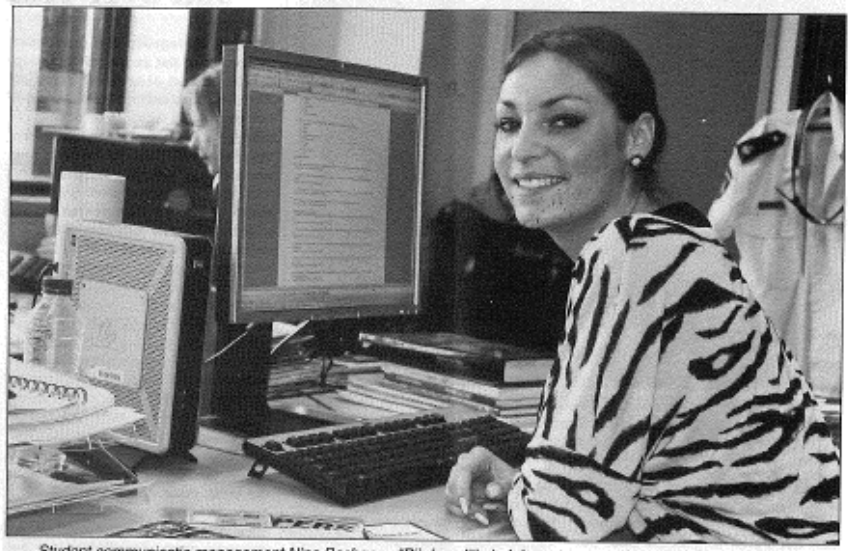
Sociale media

Op het ogenblik communiceert de politieorganisatie via Bureau Communicatie met o.a. de eigen website, via de gemeente, berichten in de krant en folders.

"Het is belangrijk te kijken of er verschil is in de plaatselijke kranten en grote kranten", legt Nina uit. "Of er onderscheid in zit als mensen weten wat er in hun eigen buurt gebeurt of in Nederland. En als je erachter komt dat er in je wijk veel wordt ingebroken en je hebt dat niet in de kranten gelezen, maakt dat dan verschil?"

"Mensen krijgen naast persberichten ook communicatie via folders, buurtpreventieverenigingen, de wijkagenten, de gemeente en onze website. Moeten we ook meer sociale media in gaan zetten?", vraagt Léonie zich af. "Willen mensen een e-mail ontvangen of een SMS? Moeten we mee gaan in de wereld van sociale media? Wij kunnen wel willen, maar willen de inwoners dat ook?"

"SMS-en gaat zó snel, dat je goed moet weten waar je aan begint", meent Nina. "Het is onze plicht bepaalde informatie naar buiten te brengen", legt Léonie uit, "maar met andere gegevens gaan we heel zorgvuldig om, zoals privacy gevoelig nieuws of berichten die maatschappelijke onrust zouden kunnen veroorzaken. Het liefst brengen we zoveel mogelijk informatie naar buiten, want openheid is heel belangrijk bij een politieorganisatie. Maar te veel openheid als iemand toch de cel niet in gaat, heeft niet veel zin. Dat is de afweging die je maakt als je dingen niet vertelt. Wij willen net zo graag boeven vangen als de burgers, maar soms kunnen gegevens niet naar buiten omdat ze het onderzoek zouden belemmeren".



Student communicatie management Nina Bosboom: "Bij de politie heb je met communicatie het veiligheidsgevoel van de burger voor ogen" (Foto: Drukkerij Bout).

Leuke prijs

Nina hoopt dat alle geadresseerden de enquête invullen en ook lezers van deze krant via onderstaande link.

"Als zoveel mogelijk mensen dat doen, dan krijg je een zo goed mogelijk beeld van de werkelijkheid. En we hebben een leuke prijs die verloot wordt onder de deelnemers: een overnachting voor twee personen ergens in Nederland. De enquête kan anoniem afgenomen worden. Maar als deelnemers mee willen doen voor de prijs, dan kunnen ze hun naam bekend maken".

Als Nina's onderzoek is afgerond, zal Politie Gooi en Vechtstreek er zeker haar voordeel mee doen.

"Wij zijn heel benieuwd naar de uitkomst", vertelt Léonie. "Wij zijn altijd in voor hulp van de burger. Ook hierbij. Want waar ligt hun behoefte?"

"Op basis van de uitkomst wil ik een advies en aanbeveling opnemen. Ik denk dat deze enquête een begin is voor verder onderzoek", verwacht Nina. "Bijvoorbeeld alleen gericht op de sociale media".

Inwoners van Huizen worden uitgenodigd deel te nemen aan de enquête die zich buigt over de vraag hoe communicatie het veiligheidsgevoel van burgers kan vergroten. Het invullen gebeurt aan de hand van meerkeuzevragen via de link www.surveymonkey.com/s/politie en duurt maximaal 5 minuten. Ook via de site van politie Gooi en Vechtstreek en de gemeente Huizen is de enquête in te vullen. Onder de deelnemers wordt een overnachting voor 2 personen verloot.

“De burger wil communicatie en informatie op maat”

Eind februari stuurde Nina Bosboom 420 mailtjes en brieven de deur uit voor een veiligheidsenquête onder inwoners van Huizen. Nina doet dit jaar examen voor haar studie communicatie management aan de Hogeschool van Utrecht. Haar afstudeerstage loopt de 21-jarige studente bij Politie Gooi en Vechtstreek en Nina’s afstudeerscriptie handelt over hoe communicatie het veiligheidsgevoel van burgers kan vergroten. De enquête moest Nina daarover de nodige informatie verschaffen en daarnaast had ze diepte-interviews met een aantal wijkagenten en inwoners. Om de aangeschreven adressen (beschikbaar gesteld door de gemeente en het adressenbestand van de digitale Politie Nieuwsbrief) te motiveren mee te doen, bedacht Nina een leuke prijs die onder de inzenders kon worden verloot: een hotelovernachting voor twee personen. De enquête is inmiddels afgerond en Nina legt deze weken de laatste hand aan haar eindscriptie. Vorige week vrijdag werd de hotelbon overhandigd aan winnares Nadine Perez.

Een half jaar is Nina Bosboom bezig geweest met het veiligheidsonderzoek. “Ik wil de mensen bedanken die mee hebben gedaan aan de enquête. Zonder hen zou ik nooit zo’n realistisch beeld hebben kunnen krijgen van het veiligheidsgevoel in Huizen. Ik ben niet alleen met m’n scriptie bezig geweest om af te studeren, maar in de loop van het onderzoek werd me duidelijk dat het ook gewoon prettig is als je je veilig voelt in je woonplaats. Daar wil de politieorganisatie haar best voor doen. Communicatie kan daar een grote rol in spelen”.

Hoge score

Van de 420 enquêtes die ze verstuurde, kreeg Nina 247 reacties terug. Dat is een hoge score, zodat een goed beeld is ontstaan over hoe het staat met het veiligheidsgevoel in Huizen.

“Het aantal mannen en vrouwen was goed verdeeld”, vertelt Nina. “Ik dacht dat mannen en vrouwen verschillend zouden reageren op veiligheidsgevoel, maar dat is niet zo. De grootste groep mensen die mee heeft gedaan is tussen de 30 en 65 jaar. De meeste reacties kwamen uit de Huizermaat”.

Volgens wijkagent Menno Mulder is de Huizermaat een grote, groene, relatief rustige wijk.

“Echt een woonwijk, met water, singels en heel veel groen”, vertelt de wijkagent. “Als je bijvoorbeeld de Bovenmaat ziet, daar zitten de huizen veel meer op elkaar. Dat uit zich ook in meer conflicten, omdat mensen dichter op elkaar leven”.

Veilig in Huizen

In de enquête hebben de inzenders aangegeven zich veilig te voelen in Huizen.

“Een paar mensen voelden zich tijdens het uitgaan onveilig op straat, maar de grote groep was positief. Er liggen nog wel kansen op het gebied van communicatie“, heeft Nina geconstateerd. Heel veel kan ze hier nog niet over zeggen, omdat ze nog werkt aan de afronding.

“Ik ben nog aan het schrijven. Wat ik wel kan vertellen is, dat de burger graag meer communicatie en informatie op maat wil. Nu gebeurt dat vaak regionaal. De mensen hebben informatie liever plaats- en wijkgericht en meer interactie”.

“Daar is wel een oplossing voor”, meent Menno Mulder. “Wijkpreventie. Meestal moet er eerst wat gebeuren voordat een buurtpreventievereniging wordt opgericht, zoals woninginbraken of autodiefstallen. Dat zie je bij het Holleblok en de Sijsjesberg. De buurtpreventieverenigingen worden up to date gehouden per mail en telefoon over wat er gebeurt in de wijk. Ze komen bij elkaar en krijgen voorlichting over bijvoorbeeld nieuwe inbraakmethoden en hoe je daar alert op kunt zijn. Informatie na een melding van bijvoorbeeld een gevonden fiets of mishandeling, vinden veel burgers prettig. We kunnen dan terugbellen als mensen graag willen weten hoe iets afgelopen is”.

Wijken verschillend

Winnares Nadine Perez vond het leuk om mee te doen aan de enquête, omdat haar werk met veiligheid te maken heeft.

“Ik ben docent Integrale Veiligheid in Rotterdam”, vertelt ze. “Bijna m’n hele leven woon ik al in Huizen. Het is een kleine gemeente. Als er wat gebeurt, valt het mensen snel op. Ik denk dat er wel verschillen zijn in de wijken. Zelf woon ik in de Huizermaat. De ene wijk voelt veel prettiger aan dan de andere. Je merkt dat ze verschillend zijn. Of ze dan ook daadwerkelijk verschillen in veiligheid, weet ik niet. Als ik het vergelijk met Rotterdam – waar ik kort gewoond heb – dan heb je daar een heel ander gevoel als je ’s avonds over straat moet dan hier. In Huizen voel ik me veilig”.

Menno beaamt dat de wijken heel verschillend zijn.

“De wijk Bovenmaat is 30 jaar geleden gebouwd. Mensen moesten zich nog settelen. Er waren voortdurend ruzies. Na 5 à 10 jaar zie je dat het beter gaat. Mensen wennen aan elkaar of gaan weg naar een andere gemeente. Huizen is prettig om te wonen en te werken. Het is een echte woongemeente, een groot dorp. Natuurlijk zijn er wel eens incidenten of overlast bij een kroeg. Maar dat hoort er bij. Ook de jeugd doet het goed, al moet je het wel een beetje bijhouden. Net als met onkruid wieden”.



Winnares Nadine Perez (rechts) krijgt uit handen van politiestagiaire Nina Bosboom een hotelbon overhandigd, voor haar deelname aan de veilgheidsenquête die een onderdeel vormt van de afstudeerscriptie van Nina (Foto: Drukkerij Bout).

Bijlage 8: Artikel Gooi en Eemlander

Website



Figuur 8.1 (Gooi en Eemlander, 2011)

Krant

Invloed communicatie op veiligheid bekeken

DOOR WIM VAN DIJK

HUIZEN, HILVERSUM - Wat is de invloed van communicatie op het veiligheidsgevoel van de burgers?

Dat gaat Nina Bosboom, stagiaire bij de politie Gooi en Vechtstreek, onderzoeken onder de inwoners van Huizen. Ze volgt de opleiding communicatiemanagement. Zo'n 520 mensen hebben een mail met vragen gekregen en daarnaast is er in een plaatselijke krant een oproep gedaan. Via www,surveymonkey.com/s/politie kunnen mensen de enquête invullen. Het onderzoek valt in drie blokken uiteen, vertelt Bosboom. „Hoe veilig voelen ze zich? Hoe nemen ze de informatie tot zich. Via krant, website? En ten derde: hoe zien ze de communicatie over veiligheid het liefst ingevuld?"

Huizen is een geschikte gemeente om dat allemaal te onderzoeken. Overzichtelijk, geen grote stad, geen klein dorp en er gebeurt ook nog wel eens wat op het gebied van veiligheid. Bosboom heeft voor haar gehele onderzoek een maand of vijf de tijd. Eind mei moet ze de scriptie inleveren, een paar weken daarvoor wil ze klaar zijn. Ook de politie zelf is zeer geïnteresseerd. „Wij hebben de tijd niet om zoiets te doen", zegt een woordvoerster. Wat denkt Bosboom zelf over de invloed van communicatie op het veiligheidsgevoel. „Ik denk dat die invloed er wel degelijk is. Misschien zelfs wel groot. Maar ook dat het moeilijk aanwijsbaar zal zijn."

Gooi en Eemlander
03/03/2011

Figuur 8.2 (Gooi en Eemlander, 2011)