

Eindrapportage

Evaluatie pilot Meld Misdaad Anoniem

datum: 23 juni 2003

kenmerk: 02.072 / B3748-5



Inhoud

	Voorwoord	5
DEEL I	SAMENVATTING, CONCLUSIES en AANBEVELINGEN.....	7
DEEL II	BEVINDINGEN.....	17
	1 Inleiding	17
	1.1 Evaluatie project M.	17
	1.2 De organisatie M.....	18
	1.3 De M.-keten	19
	1.4 Onderzoeksvragen	20
	1.5 Opbouw rapportage	21
	2 M. in de media	23
	2.1 Inleiding.....	23
	2.2 Algemene communicatieactiviteiten	24
	2.3 Regionale activiteiten	25
	2.4 Media-analyse M.	26
	2.5 Conclusies.	30
	3 M. onder de bevolking.....	33
	3.1 Inleiding.....	33
	3.2 Ervaring met aangiften	33
	3.3 Attitude anoniem melden.....	35
	3.4 Bekendheid Meld Misdaad Anoniem	36
	3.5 Kennis en verwachtingen van M.	38
	3.6 Intentie anoniem melden.....	40
	3.7 Attitude invoering/voortzetting van M.	41
	3.8 Bevolkingsonderzoek gespiegeld.....	42
	3.9 Conclusies	42
	4 M. in de praktijk	45
	4.1 Inleiding.....	45
	4.2 Contactpogingen.....	46
	4.3 Behandelbare meldingen	48
	4.4 Bruikbaarheid meldingen	51
	4.5 Resultaat meldingen.....	54
	4.6 Verwachtingen en streefwaarden	57
	4.7 Conclusies	58

5	M. achter de schermen.....	61
5.1	Inleiding.....	61
5.2	Frontoffice.....	61
5.3	Backoffices	66
5.4	Conclusies	72
DEEL III	BIJLAGEN	75
	I. Verantwoording onderzoeken	
	II. Mediaonderzoek in cijfers	
	III. Vragenlijst bevolkingsonderzoek (1-meting)	
	IV. Tabellenboek bevolkingsonderzoek (0- en 1-meting)	
	V. Telefonisch counteronderzoek	
	VI. Geraadpleegde bronnen	



Voorwoord

Voor u ligt een onderzoeksrapport van Blauw Research. Dit verslag betreft de eindrapportage in het kader van de evaluatie van de pilot Meld Misdaad Anoniem, die is uitgevoerd in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum (WODC), ten behoeve van het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing (NPC).

In deze rapportage wordt teruggeblikt op de eerste acht maanden van het pilotproject, waarbij vijf regionale politiekorpsen (Utrecht, Twente, IJsselland, Haaglanden en Amsterdam-Amstelland) en één private partner (het Verbond van Verzekeraars) zijn betrokken. Het onderzoek beslaat de periode vanaf september 2002 tot en met april 2003.

Omdat de behandeling van anonieme tips van burgers omtrent ernstige misdaden een volledig nieuw instrument in de bestrijding van criminaliteit is, is zowel inzicht in de houding van burgers ten aanzien van deze methode, als de ervaring van politie, private deelnemers en andere direct betrokkenen van belang. Daarbij spelen ook de media een belangrijke rol. Om het succes van Meld Misdaad Anoniem (kortweg: M.) te bepalen, is de blik daarom zeker niet alleen gericht geweest op de feitelijke resultaten van de meldlijn. In tegendeel, zoveel mogelijk facetten van het speelveld rond M. worden belicht.

Rotterdam, juni 2003

Marco de Groot
Rinie Haverlag
Rijn Vogelaar



Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

Inleiding

Op 4 september 2002 is een pilot gestart met de publiek-privaat gefinancierde, telefonische meldlijn Meld Misdaad Anoniem (0800-7000). Doel van dit project, kortweg M. genoemd, is het leveren van een wezenlijke bijdrage aan de oplossing van misdrijven of het voorkomen daarvan, door een actieve houding van de burger bij de aanpak van criminaliteit te bevorderen. Opdrachtgever van de pilot is het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing.

In opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum van het Ministerie van Justitie (WODC) heeft Blauw Research de ontwikkelingen rond project M. nauwlettend gevolgd. Hoewel de pilot, actief ondersteund door vijf politieregio's (Utrecht, Twente, IJsselland, Haaglanden en Amsterdam-Amstelland) en het Verbond van Verzekeraars, voor de duur van één jaar is afgesproken, spitst deze evaluatie zich, met het oog op mogelijke landelijke invoering en het daarbij doorvoeren van eventuele verbeterpunten, toe op de eerste acht maanden van het project.

Media-aandacht

Voornamelijk rond de start heeft M. veel landelijke publiciteit gegenereerd. Deze media-aandacht had vooral betrekking op de introductie van de meldlijn zelf. Na de introductie viel de landelijke aandacht ver terug, met uitzondering van enkele oplevingen, die werden bereikt door het vermelden van enkele tussentijdse resultaten van het project.

Op regionaal gebied waren het vooral Twente en IJsselland die bij de start veel algemene promotie voor M. maakten. Het effect van deze campagne is onder meer een stabielere naamsbekendheid in deze regio's gebleken. De overige regionale media-aandacht was sterk gekoppeld aan specifieke, thematische campagnes of het ging om verslaglegging over behaalde successen. Bij dit laatste zijn vooral inspanningen van Haaglanden en Utrecht opgevallen. Toch blijkt vooral in de grote steden een deel van het effect van de landelijk verkregen media-aandacht te zijn weggeëbd. Financiële middelen en de voor M. beschikbare tijd waren naar de mening van bijna alle betrokken mediafunctionarissen niet voldoende aanwezig om structurele aandacht aan M. te kunnen schenken. De relatie tussen de hoeveelheid geld en tijd die in de regionale mediacampagne is gestoken en de gegenereerde media-aandacht komt in het onderzoek duidelijk naar voren. Actieve betrokkenheid van een RPC werpt wat dat betreft vruchten af.

Geconcludeerd kan worden dat de media-aandacht die er is geweest, vooral feitelijk was. In de meeste gevallen werden persberichten vrij letterlijk gevolgd. Dit heeft tot gevolg dat de meeste persberichten inhoudelijk vrij positief waren, waardoor de free publicity bij burgers een positieve indruk heeft achtergelaten. Hier heeft het feit dat veel gesproken werd over een 'kliklijn' in plaats van over 'meldlijn' of 'tiplijn' geen afbreuk aan gedaan. Er is naar de

mening van Blauw Research dan ook geen aanleiding om bij continuering van het project extra aandacht te besteden aan het bijstellen van de opinie op dat punt. Al met al is het een opvallende bevinding dat de media zo weinig kritisch waren, temeer daar de verwachting was dat de media M. met argusogen zou volgen. Dit kan als een duidelijk succes van de mediacampagne worden gezien. Aan de andere kant moet gesteld worden dat belangrijke communicatiedoelstellingen van het project, zoals een veiliger samenleving, burgerplicht bij het melden van misdaden of het publiek-private karakter van de meldlijn, nauwelijks over het voetlicht zijn gebracht.

Attitude bevolking

De positieve houding ten aanzien van de mogelijkheid om anoniem te melden blijkt ook uit twee opeenvolgende opiniepeilingen onder de bevolking: 70% van de bevroegden oordeelt ronduit enthousiast over de invoering van de M.-meldlijn; nog eens 10% is *enigszins* positief gestemd. De maatschappelijke steun voor M. is beduidend positiever dan was verwacht door de projectleiding. Er blijkt een duidelijke maatschappelijke behoefte te zijn aan een dergelijke meldlijn.

De anonimiteit van de meldlijn maakt de stap kleiner om een misdaad te melden. Een groot deel van de burgers is er ook van overtuigd dat een melding anoniem wordt behandeld, al is ook een deel terughoudend. Het blijft voor M. van groot belang te communiceren op welke wijze de frontoffice zorgvuldigheid betracht in het anonimiseren van de melding. Gedurende de pilot is het vertrouwen in de anonimiteit overigens iets gestegen.

Een gevoel van burgerplicht bij het melden van misdaden is bij veel burgers aanwezig. Het is daarom opmerkelijk dat hier in de communicatie-uitingen tot op heden nauwelijks aandacht voor is geweest. Het is immers duidelijk dat project M. een rol heeft in het maatschappelijk verlangen naar een veiligere samenleving. Het project geeft mensen een kans om verantwoordelijkheid te nemen zonder gevaar te lopen. Het project lijkt daarom naadloos aan te sluiten op de maatschappelijke steun voor een brede en strengere aanpak van criminaliteit. Door in een eventueel vervolgetraject verder in te spelen op de maatschappelijke hang naar veiligheid en het aanwezige plichtsbesef zou het aantal meldingen een sterke impuls kunnen krijgen.

Tweederde van de burgers geeft dan ook aan dat men in voorkomende gevallen *zeker* of *waarschijnlijk* van M. gebruik zal maken. Het blijkt dat men de meldlijn vooral associeert met 'hardere' criminaliteit (moord, geweldpleging, drugs- en wapenhandel, overvallen) en minder met 'zachtere' delicten als fraude, overlast, verkeersovertredingen, zwartwerken, prostitutiezaken of illegalen. Wanneer de focus van de meldlijn nog nadrukkelijker zou liggen op 'hardere' criminaliteit of specifieke situaties waarin anonimiteit dringend gewenst is, zou het draagvlak nog groter kunnen zijn.

Uit het mediaonderzoek is gebleken dat de aard van meldingen gestuurd kunnen worden, door de media-aandacht te concentreren op specifieke delicten. Voorbeeld hiervan is een vuurwerkcampagne (hoezeer ook tijdsgebonden), maar ook veel aandacht in de media voor het oprollen van hennepplantages heeft zeer waarschijnlijk bijgedragen aan een verhoogd aantal meldingen hieromtrent in de periode daaropvolgend. Ook lokale aandacht, zoals bijvoorbeeld in Utrecht met betrekking tot een zedendelict, heeft tot veel (bruikbare) tips geleid.

Bekendheid M.

De houding ten aanzien van een anonieme meldlijn is weliswaar positief, de bekendheid van M. valt erg tegen. Het niveau direct na de start wordt, mede als gevolg van de tanende media-aandacht, een half jaar later niet langer gehaald. Men heeft wel vage herinneringen over een 'kliklijn', maar na uitleg kent slechts 35% van de pilotbevolking en één op de vier overige Nederlanders het project. Vrijwel niemand is spontaan op de hoogte van het telefoonnummer (0800-7000) of de website (www.meldmisdaad.nl). Overigens is dit niet geheel verrassend gezien de ervaringen met andere telefoonnummers (bijv. 0900 8844). Bij verschillende vergelijkbare telefoonnummers is beduidend meer geld en energie gestoken in het genereren van bekendheid, met relatief gering succes. De vraag is hier dus of de verwachtingen uit het projectplan –gemikt werd op een spontane bekendheid van het telefoonnummer van 40%– gezien de beschikbare tijd en het beschikbare budget wel reëel waren. Misschien moet het streven niet zijn om het een 'top of mind' nummer te maken, maar een nummer dat gemakkelijk te vinden is, waarbij bijvoorbeeld een medium als internet sterker kan worden ingezet.

De website heeft naar de mening van Blauw Research veel meer potentie dan met de huidige bekendheid wordt bereikt. Het medium is zeer geschikt als informatiebron en voor terugkoppeling van resultaten naar de burger toe. Het is verstandig om bij een eventueel vervolgotraject een duidelijke strategie te formuleren om de website te promoten.

Net als bij andere media onderzoeken blijkt ook in dit onderzoek dat televisie een belangrijke rol speelt bij het genereren van bekendheid. In de laatste periode heeft met name het tv-programma 'Opsporing Verzocht' voor extra aandacht gezorgd. Het programma lijkt een waardevol en passend instrument om bekendheid te genereren. Een nadeel van dit programma is wel dat de associatie met de politie erg groot is, terwijl 0800-7000 juist geen politienummer is. Misschien is het mogelijk om binnen de context van het programma duidelijk te maken dat M. een publiek-private samenwerking is.

Meldingen

Ondanks de lage algemene bekendheid met M. hebben burgers de meldlijn opvallend vaak weten te vinden: het aantal malen dat daadwerkelijk contact is gezocht met M. overstijgt in ieder geval de verwachtingen van het projectbureau. Vooral in de eerste maand van de pilot is er veel gebeld; daarna heeft dit zich gestabiliseerd tot zo'n 2.000 gevoerde gesprekken per

maand, waarvan er circa 1.000 ook daadwerkelijk voor M. bedoeld waren. Daarnaast bleek grofweg 50% van alle meldingen op regio's buiten de pilot betrekking te hebben, wat het landelijk karakter van de meldlijn en de campagne illustreert.

Doordat het aantal meldingen in de beginfase beduidend groter was dan verwacht heeft dit geleid tot aanloopproblemen bij zowel frontoffice als backoffices. Het projectteam heeft hier snel op gereageerd. De focus lag daarbij in eerste instantie vooral op het soepel laten verlopen van de procedures zoals deze in het kader van M. geformuleerd waren. Later is er meer aandacht gekomen voor het monitoren van de meldingen op hoeveelheid, kwaliteit en bruikbaarheid. Uiteindelijk heeft men gedurende de pilot de inhoudelijke kwaliteit van de meldingen weten te verbeteren, onder andere door binnen het projectteam regelmatig tips en ervaringen uit te wisselen. Het projectbureau heeft hier een actieve, coördinerende rol in gespeeld.

In de regio's met grote steden ontvangt de politie gemiddeld 60 M.-meldingen per maand; IJsselland en Twente ontvangen per maand ieder gemiddeld 14 meldingen. Het Verbond van Verzekeraars kan rekenen op 20 meldingen per maand. Er bestaat een sterk verband tussen de hoeveelheid media-aandacht in een week en het aantal meldingen dat bij de frontoffice in die periode wordt ontvangen. De media vormen daarmee, ook met het oog op de toekomst, een belangrijke succesfactor voor het project. De communicatiestrategie moet daarom gericht zijn op het vasthouden van pers aandacht, bij voorkeur door het terugkoppelen van relevante resultaten. Gelet op het aantal contactpogingen buiten openingstijden van de meldlijn, kan ook door een ruimere openstelling het aantal meldingen nog positief beïnvloed worden.

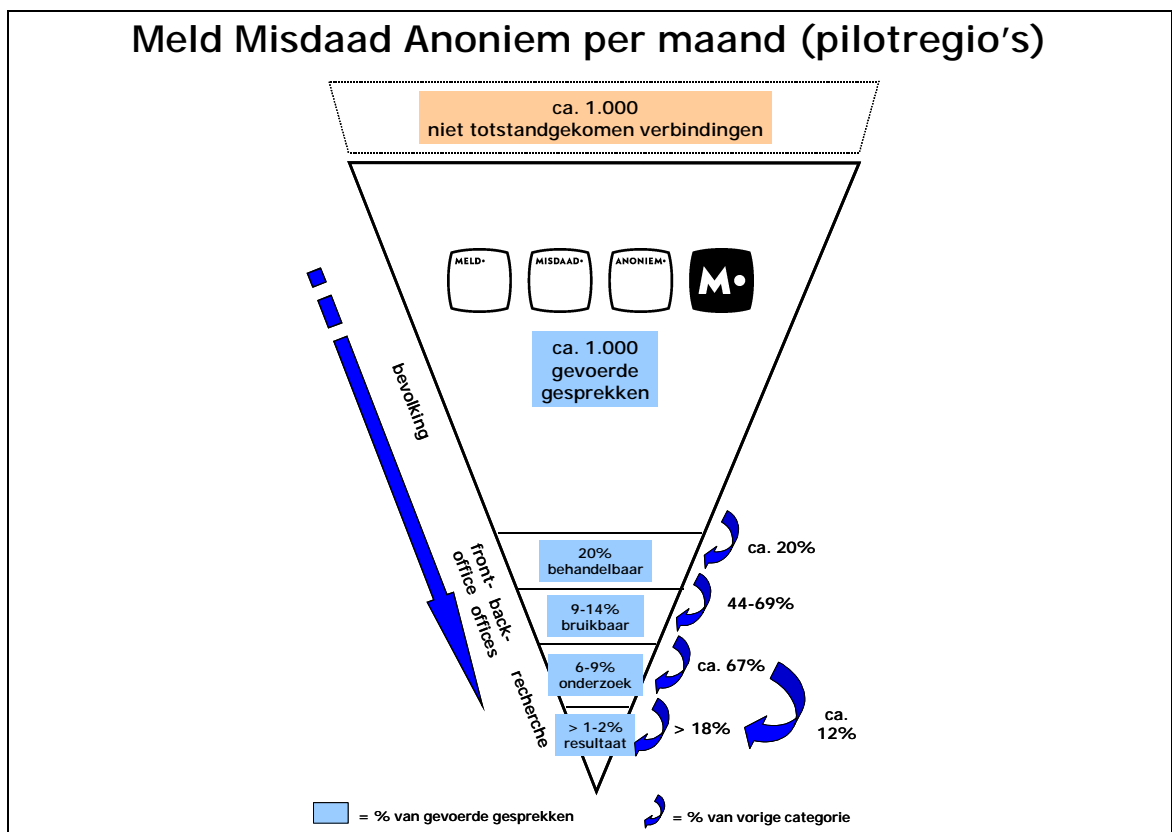
Interne terugkoppeling

Een systeem van afloopberichten, aan de hand waarvan backoffices terugkoppeling verzorgen aan het projectbureau over de bruikbaarheid van de meldingen, heeft gedurende de gehele pilot niet naar wens gefunctioneerd. De respons en de kwaliteit van de ingevulde formulieren bleef achter bij de verwachtingen. Redenen hiervoor liggen deels in het geautomatiseerde systeemformulier zelf, deels in de mate waarin de registratiepunten aansluiten op de dagelijkse praktijk en deels in de 'invuldiscipline'. Sinds de start van de pilot wordt op al deze gebieden continu gestreefd naar optimalisatie, wat uiteindelijk ook geresulteerd heeft in verbeteringen. Daarmee is blijk gegeven van een grote betrokkenheid vanuit de verschillende uitvoerende organisaties om het project tot een succes te maken. Toch behouden de huidige uitkomsten deels een indicatief karakter, wat door middel van marges wordt aangegeven:

Gemiddeld bevat een vijfde van alle frontofficegesprekken behandelbare informatie. Een belangrijk deel van de behandelbare meldingen (44-69%) wordt door backoffices als bruikbaar bestempeld. Dit betekent dat 9% tot 14% van alle gesprekken bruikbaar is. Een recent ervaringscijfer bij het soortgelijke project Crimestoppers in Engeland ligt eveneens binnen deze marges (*Evaluating the impact of Crimestoppers, Home Office, 2003*). Tweederde van de bruikbare meldingen wordt ook daadwerkelijk in onderzoek betrokken, waarbij tot nu toe

één op de vijf onderzochte gevallen een concreet resultaat heeft opgeleverd. Er konden veel aanhoudingen plaatsvinden. Hoewel grotendeels drugsdelicten (circa 60%, iets meer nog dan bij Crimestoppers), is in de geanalyseerde onderzoeksperiode ook resultaat geboekt met betrekking tot enkele overvallen, mishandelingen, bedreiging en andere veiligheidsdelicten. Een ontsnapping van een gevangene werd voorkomen. Daarnaast werd veel illegaal vuurwerk aangetroffen, werden verschillende brandstichtingen verklaard en werd diefstal, fraude en enkele vernielingen opgehelderd. Ook werden enkele illegalen aangehouden. Hoewel binnen de geanalyseerde onderzoeksscope* vooralsnog geen aanhoudingen met betrekking tot moord, doodslag of zedendelicten zijn geregistreerd, worden de tips hieromtrent zeer bruikbaar geacht door de betreffende backoffices. Overigens zullen met name bij dergelijke, vaak complexe zaken, meldingen vaak niet geïsoleerd tot een opsporing leiden. Vaak levert de melding een bijdrage tot de oplossing van een zaak, die moeilijk te kwantificeren is.

Aan de hand van de beschikbare informatie kan de huidige maandelijkse stroom van meldingen globaal als volgt in kaart worden gebracht (let wel, alleen de stroom binnen de actieve pilotregio's is weergegeven):



Bron: Blauw Research.

N.B.: Cijfers hebben uitsluitend betrekking op pilotregio's. Deze regio's maken circa een kwart van de bevolking uit. Een ongeveer gelijk aantal gesprekken (1.000) heeft betrekking op de rest van Nederland (driekwart bevolking).

* De geanalyseerde onderzoeksscope betreft meldingen uit de periode oktober 2002 tot en met januari 2003, die naar een van de actieve pilotbackoffices zijn gegaan. Daarbij is afgegaan op feitelijk geregistreerde gegevens. Er bestaan sterke aanwijzingen dat buiten deze scope wel resultaat is geboekt binnen het criminaliteitsveld moord/doodslag.

Naar schatting één tot twee procent van de huidige gesprekken die worden gevoerd in de frontoffice van M. leidt tot een resultaat in de opsporing. Ook dit is vergelijkbaar met recente ervaringen van Crimestoppers, waar iets meer dan 1% van de gesprekken leidde tot een resultaat in de opsporing. De cijfers in bovenstaande figuur laten een dynamiek zien die parallellen vertoont aan andere inboundtrajecten, zoals arbeidsmarktcampagnes. Een wervingscampagne (voor bijv. politie) leidt in het algemeen tot vele tienduizenden telefoontjes van geïnteresseerden. Wanneer enkele procenten van deze geïnteresseerden zich daadwerkelijk aanmelden voor een selectie is een dergelijke campagne zeer succesvol. Er zijn bij dergelijke trajecten altijd heel veel telefoontjes nodig om te komen tot een schijnbaar gering concreet resultaat.

Het aandeel opsporingen aan de hand van meldingen die als bruikbaar zijn aangemerkt, is van groot belang, omdat backoffices daar daadwerkelijk capaciteit in steken. De succesratio ligt wat dit betreft rond 12%. Er is desalniettemin een aantal argumenten te noemen waarom dit percentage als ondergrens moet worden beschouwd:

- De meldingen die op langere termijn een bijdrage leveren aan een opsporing zijn in de pilot uiteraard nog niet zichtbaar.
- De politie heeft er niet altijd belang bij om de rol van M. in een opsporingstraject te vermelden. Het kan de eigen bijdrage bagatelliseren of men koppelt liever nog geen informatie terug omdat het onderzoek nog loopt.
- Sommige meldingen zijn, bijvoorbeeld door nieuwe bevindingen, toch bruikbaar ondanks dat de betrokken korpsen al in het afloopbericht hebben aangegeven dat een melding niet bruikbaar was. Hiervoor wordt niet altijd gecorrigeerd.

Daar tegenover staat dat als gevolg van de introductie van de meldlijn mogelijk een aantal oudere, zeer bruikbare zaken door burgers is gemeld. Dit effect zal op langere termijn uitdoven.

Intern draagvlak

Project M. wordt, mede ook gezien de resultaten, door alle tijdens het evaluatieonderzoek geïnterviewde medewerkers van backoffices en het projectbureau, als een waardevolle aanvulling gezien op de dagelijkse werkpraktijk. Alhoewel men op basis van het informatiesysteem zelf maar in beperkte mate in staat is te bepalen wat het project daadwerkelijk (cijfermatig onderbouwd) oplevert, is het algemene gevoel dat de toegevoegde waarde groot is. Deze positieve indruk is vooral gebaseerd op zaken waarbij de melding van M. een grote rol heeft gespeeld in de opsporing of voorkoming van een misdrijf.

Verbeterpunten

Gedurende het evaluatieonderzoek heeft Blauw Research een aantal aspecten geconstateerd, die voor verbetering vatbaar zijn en naar verwachting de totale effectiviteit en bruikbaarheid van de meldingen zal verhogen. Waarneembaar bij vertegenwoordigers uit de politieorganisaties is bijvoorbeeld, dat hoe sterker men betrokken is, hoe enthousiaster men is over het project. Opsporingsfunctionarissen zien in de regel de toegevoegde waarde van M. wel, maar zij ervaren ook de minder positieve effecten. Zij hebben het gevoel minder met anonieme meldingen te kunnen dan met reguliere aangiftes en het reageren op een anonieme melding vergt een andere dan de reguliere aanpak. In regio's waar de M.-methode al aardig ingeburgerd lijkt te zijn, kan men echter bogen op succesverhalen van collega's, die aan den lijve ondervonden dat een tip versneld tot een oplossing heeft geleid. Uitwisseling van ervaringen is daarom belangrijk.

Een andere belangrijke factor in de kosten-batenanalyse die met betrekking tot M. gemaakt moet worden, is het grote aantal minder bruikbare en daardoor ook minder interessante meldingen. Van de naar schatting 9-14% bruikbare meldingen (als percentage van alle gesprekken) betreft een redelijk groot deel het soort melding waar (in de praktijk) justitie en politie niet primair haar prioriteiten hebben liggen (zoals wietteelt, vreemdelingenzorg, uitkeringsfraude), terwijl deze wel aandacht behoeven. De verwachtingen die korpsmedewerkers met betrekking tot M. hebben, lijken –overeenkomstig de bevolking– vooral in de zwaardere criminaliteit te liggen. Het risico bestaat dat een grote eenzijdigheid van de meldingen ten koste zal gaan van het draagvlak voor het project binnen de korpsen. Met een kwalitatief betere instroom van meldingen (door bijvoorbeeld thematische mediacampagnes), een strakke filtering door frontoffice en eventueel backoffice, wordt de kans vergroot dat tips daadwerkelijk in onderzoek zullen worden betrokken en wordt ook het intern draagvlak vergroot. Er ontstaat zodoende een multiplier effect.

Om het interne draagvlak te vergroten, is het naar de mening van Blauw Research dan ook belangrijk er naar te streven dat de politie en de private deelnemer(s) aan M. met name gevoed wordt met meldingen die aansluiten bij de prioriteitsstelling van justitie, politie en de betreffende private deelnemers. Hieraan zou een aantal verbeteringen in het proces kunnen bijdragen:

- Gebleken is dat media-aandacht voor specifieke delicten in combinatie met M. ook leidt tot een groter aantal meldingen die betrekking hebben op dat type misdrijven. Dit geeft M. een middel in handen om de aard van de meldingen ook enigszins te sturen. De projectuitvoerders zouden vaker kunnen overwegen om de meldlijn op een thematische manier onder de aandacht te brengen, waardoor het soort delict waarover men graag getipt wil worden, ook directer in verband wordt gebracht met de meldlijn. Hiervoor moeten vanzelfsprekend ook voldoende middelen ter beschikking worden gesteld.
- Ook voor wat betreft terugkoppeling van resultaten naar de media zou meer centraal gestuurd kunnen sturen. Een thematisch gerichte communicatie kan een waardevol

instrument zijn om een multiplier effect in de hand te werken: de communicatie zorgt immers voor een verhoogd aantal meldingen in het gekozen criminaliteitsveld en dientengevolge tot een verhoogd aantal opgeloste zaken in dit veld. Dit genereert weer nieuwe publiciteit hetgeen weer kan leiden tot nieuwe meldingen. Het is bovendien gemakkelijker om het interne proces, van campagneactiviteiten tot de verwerking van meldingen bij backoffices, in te richten rondom een bepaald, voorbereid thema.

- Het is, projectbreed gezien, van belang om te leren van elkaars ervaring. Omdat veel regio's voor een eigen aanpak hebben gekozen is het van belang om de best practices blijvend aan elkaar uit te wisselen. Ook dit kan een belangrijke bijdrage leveren aan het doelmatiger maken van het anoniem melden van misdaden.
- Een tendens die reeds waarneembaar is, is dat backoffices zelf een inschatting maken van de toegevoegde waarde van een melding voordat anderen, dieper in de organisatie, er actief mee belast worden. De backoffice kan besluiten minder bruikbare meldingen wel voor toekomstig gebruik te registreren, maar deze niet door te sturen. De vraag hierbij is of medewerkers van de backoffice, altijd in staat zijn een juiste inschatting te maken. Zij geven zelf aan niet altijd over voldoende informatie te beschikken om een goede afweging te kunnen maken.

Teneinde de nauwkeurigheid en beschikbaarheid van relevante managementinformatie te bevorderen, adviseert Blauw Research om nog eens kritisch te kijken naar de vorm en inhoud van het afloopbericht. Vooral enkele keuzemogelijkheden blijken in de praktijk voor meerdere interpretaties vatbaar, zoals de op te geven reden voor niet-bruikbare meldingen en de omschrijving van de vervolgactie:

- Enerzijds komt een deel van de meldingen die theoretisch als bruikbaar worden getypeerd, in de praktijk niet voor nader onderzoek in aanmerking. Vooral de balans tussen de inhoud van de melding en de kwaliteit van de informatie en de beperkte tijd en de prioriteiten die men daarbinnen stelt, maakt dat ongeveer eenderde van de meldingen die als bruikbaar getypeerd zijn, alsnog onderop de stapel verdwijnen.
- Anderzijds is geconstateerd dat de hierboven geschetste afweging ook direct van invloed is op de mate waarin backoffices de meldingen als bruikbaar beoordelen. Ofwel, als gevolg van de tijdsdruk oordeelt men kritischer op bruikbaarheid.

Door de keuzemogelijkheden in het afloopbericht nauwer aan te laten sluiten bij de overwegingen die in de praktijk een rol spelen, kan ons inziens meer informatie vergaard worden over welke afwegingen van invloed zijn op de manier waarop meldingen afgehandeld worden.

Publiek-private samenwerking

Bij het Verbond van Verzekeraars, tot dusver de enige private partner in de meldlijn, lijkt sprake van een andere dynamiek rond de meldingen dan bij de politie. Het blijkt in de praktijk moeilijk om meldingen te koppelen aan specifieke polissen. Waar dat wel lukt gaat

er, als gevolg van de te volgen procedures, in de regel veel tijd overheen voordat er concrete resultaten gemeld kunnen worden. De termijnen die gesteld zijn voor het terugkoppelen van voortgang, zijn voor het Verbond van Verzekeraars minder voor de handliggend. Het is de overweging waard om bij continuering van het project deze termijnen aan te passen aan de praktijk. Immers, de directe resultaten blijven voor deze partij mede daarom enigszins achter bij de verwachtingen, wat het publiek-private karakter van de meldlijn kwetsbaar maakt, terwijl dit een belangrijk uitgangspunt is. Het project Crimestoppers, dat bijna 15 jaar operationeel is, laat evenwel zien dat een positieve kosten-baten balans voor private partijen mogelijk is.

Om het aantal meldingen te bevorderen zou de rol van verzekeraars, alsmede de publiek-private samenwerking als geheel, in het project nadrukkelijker uitgelegd moeten worden. Deze rol is in de media zeer mager naar voren gekomen en is momenteel nauwelijks bekend bij het publiek. Anderzijds zou het Verbond van Verzekeraars hieraan zelf ook kunnen bijdragen, door te participeren in thematische campagnes.

Daarnaast dient echter het bestaan van niet-zichtbare effecten van M. nadrukkelijk onderzocht te worden. Opsporing of preventie van misdaad leidt immers sowieso tot een vermindering van schadelast. De verzekeraars hebben daarom ook veel baat bij de meldingen die naar de politie gaan. Zo kan het oprollen van een hennepplantage voorkomen dat er brand of wateroverlast ontstaat, waarvoor verzekeraars moeten opdraaien. Het is bovendien mogelijk dat algemene acceptatie van de meldlijn potentiële fraudeurs angst inboezemt.

Tot slot

Burgers zien in M. een waardevolle bijdrage in de strijd tegen criminaliteit. Het anoniem melden van een misdaad wordt niet zozeer gezien als een vorm van klikken maar eerder als een burgerplicht. Door de toenemende roep om veiligheid en brede steun voor een stevige aanpak van criminaliteit lijkt project M. naadloos in de huidige tijdgeest te passen. Er is duidelijk behoefte aan een dergelijke meldlijn.

Hoewel het lastig is om harde uitspraken te doen over de resultaten van het project, vertonen de op basis van het onderzoek gemaakte schattingen nauwe gelijkenis met resultaten van Crimestoppers in Engeland, dat reeds veel langer actief is en waar, in tegenstelling tot de M.-variant, gebruik gemaakt wordt van beloningen. Voor zover er verwachtingen zijn geuit aangaande het aantal meldingen, zijn de resultaten in lijn met deze verwachtingen of lijken deze te overtreffen. Het aantal meldingen kan door actieve landelijke promotie nog flink toenemen. Wanneer de meldlijn langer bestaat en er nieuwe successen kunnen worden gemeld, zal de bekendheid, de acceptatie en het aantal meldingen alleen maar verder toenemen. Dit onder het voorbehoud dat het vertrouwen in de anonimiteit blijft bestaan.

Voor een kosten-baten analyse is het van groot belang te letten op het deel van de als bruikbaar bestempelde M.-meldingen dat tot een opsporingssucces leidt. Deze ratio wordt geschat op 12%. Mogelijk kan dit percentage in werkelijkheid naar boven worden bijgesteld, ondermeer doordat zaken meer tijd nodig hebben dan de huidige onderzoeksperiode toeliet. Eventuele neveneffecten, zoals een preventieve werking van M. of een vermindering van het aantal reguliere, niet-anonieme meldingen kunnen uiteraard –voor zover mogelijk– pas op langere termijn onderzocht worden.

Indien de balans voor M. positief uitvalt, raadt Blauw Research aan om bij continuering van het project op landelijke schaal, in alle fasen van het traject de in het rapport vermelde verbeterpunten op te pakken.

1 Inleiding

1.1 Evaluatie project M.

Op 4 september 2002 is het startschot gegeven voor een éénjarige pilot ten aanzien van de meldlijn Meld Misdaad Anoniem (0800-7000). Burgers kunnen hier (verdacht) crimineel gedrag op anonieme wijze melden, ten behoeve van opsporing en preventie van misdrijven door politie (vijf politieregio's doen actief aan de pilot mee) en een deelnemende private partij (Verbond van Verzekeraars). Opdrachtgever van de pilot is het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing (NPC), met instemming van de Ministers van Justitie en Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Het NPC betreft een publiek private samenwerking*, evenals het project Meld Misdaad Anoniem (kortweg: project M.).

Doel van project M. is het leveren van een wezenlijke bijdrage aan de oplossing van misdrijven of het voorkomen daarvan, door een actieve houding van de burger bij de aanpak van criminaliteit te bevorderen.

In opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum (WODC) heeft Blauw Research bijna een jaar lang project M. gevolgd, vanaf de laatste voorbereidingen tot en met de achtste maand van de uitvoering. Daarbij zijn verschillende onderzoeken uitgevoerd, waarbij zowel media-, bevolkings- als interne projectgegevens zijn verzameld en geanalyseerd.

Mede op basis van dit onderzoeksverslag, dat resultaten en achtergronden uit de pilotperiode beschrijft en evalueert, dient het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing tot een afweging te komen, of en onder welke voorwaarden project M. kan worden voortgezet.

* Het NPC is samengesteld uit vertegenwoordigers van overheid en bedrijfsleven. Alle relevante departementen zijn in het platform vertegenwoordigd, evenals de politie, het openbaar ministerie en de gemeenten. Namens het bedrijfsleven maken organisaties van werkgevers en werknemers deel uit van het platform en is een aantal branches vertegenwoordigd: verzekeringsmaatschappijen, banken, detailhandel, industrie, telecommunicatie, transport en de beveiligingsbranche. De Minister van Justitie is voorzitter van het platform, de voorzitter van de VNO/NCW is de vice-voorzitter.

1.2 De organisatie M.

Project M. wordt gecoördineerd vanuit een projectbureau te Utrecht (v/h Amsterdam). Dit projectbureau bestaat uit:

dhr. H. Munting, projectleider
dhr. G. Wesselink, projectleider
dhr. R.L.J. Smulders, officemanager
mevr. I. Krull, communicatiemanager
mevr. A. van der Burg, projectassistent

Het projectteam rond M. bestaat uit de leden van het projectbureau, de korpsprojectleiders van de deelnemende regiopolitiekorpsen, alsmede vertegenwoordigers van het Verbond van Verzekeraars, het KLPD, het Openbaar Ministerie en functionarissen op media- en communicatiegebied.

Daarnaast ontvangt het projectbureau advisering van een speciaal daartoe samengestelde begeleidingscommissie, bestaande uit:

mevr. H.W. Samsom-Geerlings, Hoofdofficier van Justitie (1^e voorzitter)
dhr. R.D. Crommelin, Verbond van Verzekeraars (2^e voorzitter)
dhr. J. Wilzing, korpschef van politie namens de RHC
mevr. E.H. Huyzer, Ministerie van BZK / Directie Politie
dhr. A. Zwanenburg, Ministerie van Justitie / Bureau Operationele Zaken
dhr. A.H. Westerman, Verbond van Verzekeraars
dhr. A.B. Volkers, VNO-NCW
dhr. J.J. van der Kaaden, voorzitter werkgroep M.
dhr. A. 's Gravensande, directeur AVRO, namens de media
dhr. G.F. de Gooyer, ABN-AMRO / Concern Veiligheidszaken (deelname tot aan oktober 2002)

Als frontoffice voor project M. dient het callcentre van het KLPD in Driebergen, alwaar speciaal getrainde telefonistes en telefonisten de eerste intake van telefonische meldingen voor hun rekening nemen. Aan de hand van opgestelde kwaliteitscriteria bepalen zij of meldingen al dan niet kunnen worden doorgegeven aan een of meerdere backoffices, die de informatie van het frontoffice opnemen in de eigen besluitvormingsprocedures, binnen de bestaande structuren. Deze backoffices bestaan uit zowel publieke partijen als een private partner.



In principe zijn alle regionale politiekorpsen beschikbaar als backoffice. Een vijftal korpsen is echter specifiek bij de pilot betrokken, te weten Amsterdam-Amstelland, Haaglanden, Twente, Utrecht en IJsselland. Daarnaast heeft ook het Verbond van Verzekeraars een backoffice ingericht, om meldingen waar een verzekeringsbelang lijkt te spelen, te behandelen.

Alle pilot-backoffices hebben procedureafspraken gemaakt met het projectbureau omtrent terugkoppeling van meldingen en werken actief mee als het gaat om communicatieactiviteiten voor M. of speciale projecten.

Ook het KLPD, de Rijksvoorlichtingsdienst, regionale platforms criminaliteitsbeheersing en regionale media zijn betrokken in het project.

1.3 De M.-keten

M. is een keten en dus zo sterk als zijn zwakste schakel. Daarom wordt niet alleen het eindresultaat (het feitelijk aantal meldingen en behaalde resultaten) in beeld gebracht, maar zijn ook zoveel mogelijk tussenschakels geëvalueerd. In alle schakels kunnen immers aanknopingspunten voor verbetering liggen.

De keten begint bij het werken aan bekendheid en acceptatie bij de burger, die daarbij mogelijk beïnvloed wordt door de media. Vervolgens moet de burger bereid zijn, om in voorkomende gevallen M. daadwerkelijk te bellen. Dan volgt de frontoffice: die moet bereikbaar zijn, de juiste vragen stellen en adequate informatie doorspelen naar de juiste backoffice(s). Bij de backoffice(s) moet deze informatie dan op de juiste plaats terechtkomen, alvorens er iets mee kan worden gedaan. Dit levert dan mogelijk een bijdrage aan de oplossing of preventie van een misdrijf. Door over successen te communiceren kan vervolgens weer de bekendheid, acceptatie en bereidheid van de burger worden vergroot.

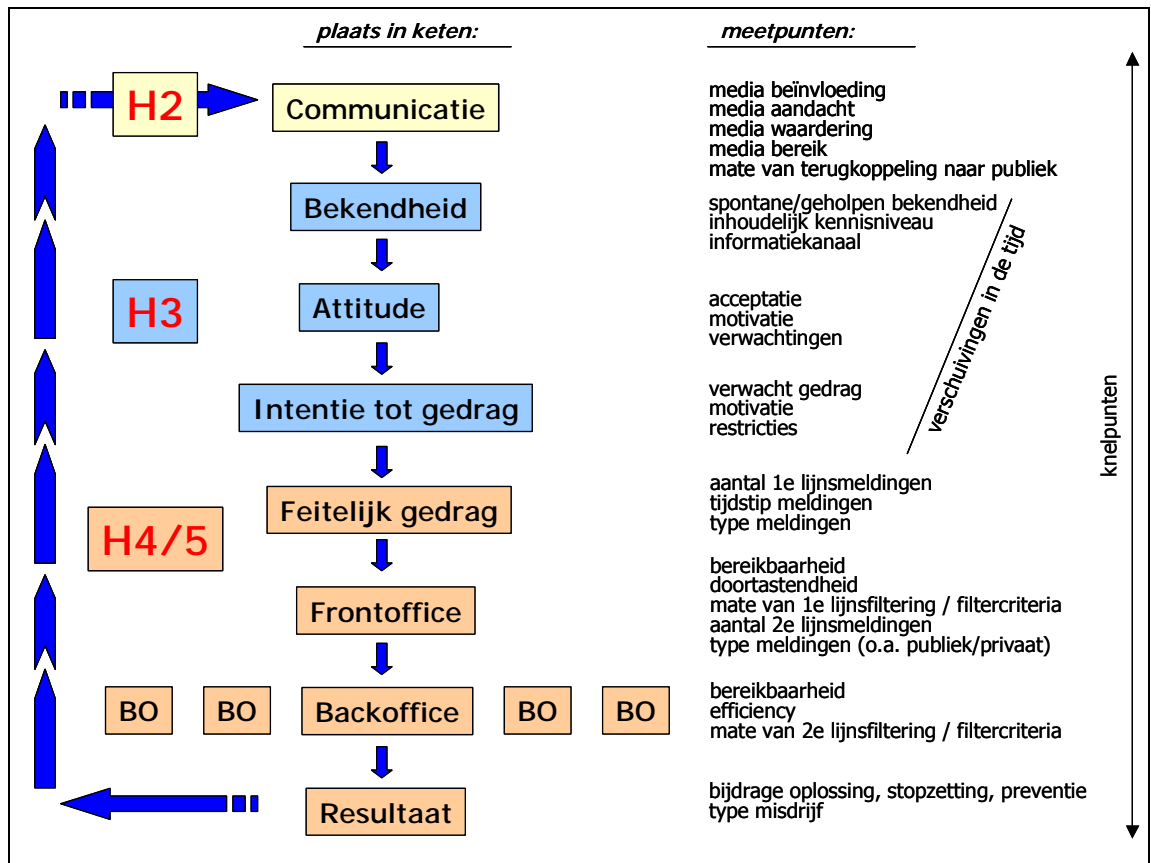
1.4 Onderzoeksvragen

Het doel van het evaluatieonderzoek is inzicht te bieden in de eerste resultaten van M. en het proces waarmee deze tot stand komen, alsmede het detecteren van knelpunten in dit proces (de M.-keten). Er is nadrukkelijk voor gekozen om de M.-keten en niet de projectstructuur centraal te stellen. Aan de hand van genoemde keten zijn door het WODC onderstaande onderzoeksvragen gedefinieerd:

1. *In welke mate heeft M. in de media aandacht gekregen? Welke waardering kreeg M. overwegend in de berichtgeving (positief, negatief of neutraal)? Wat was in geografisch opzicht het bereik (landelijk of beperkt tot de pilotregio's)?*
2. *Welke activiteiten hebben de regionale platforms criminaliteitsbeheersing ondernomen in relatie tot M.?*
3. *In hoeverre zijn burgers bekend met (het bestaan, het nummer en de bedoeling van) M. en via welke kanalen zijn zij op de hoogte geraakt?*
4. *In hoeverre wordt M. door hen geaccepteerd als instrument in de criminaliteitsbestrijding? In hoeverre zou men zelf daadwerkelijk M. bellen als men ergens weet van heeft? Waarom en wanneer wel, niet? (pas bij ernstige zaken of ook voor kleine dingen?)*
5. *Hoeveel meldingen krijgt het frontoffice binnen? Hoe zijn de meldingen te typeren?*
6. *Welk deel van meldingen wordt doorgegeven aan een backoffice? Hoe is dit deel te typeren? (verzoek om ook aan te geven welk deel van de meldingen naar backoffices in de publieke sector gaat, en welk deel naar backoffices in private sector)*
7. *In welke mate wordt in het backoffice ingekomen informatie in onderzoek betrokken? Wat zijn de redenen dat informatie niet wordt betrokken? (ook hier onderscheiden naar publieke en private sector).*
8. *In welke mate draagt de in onderzoek genomen informatie bij aan de oplossing of voorkoming van het misdrijf? Wat is de aard van de misdrijven die worden voorkomen, gestopt of opgelost?*
9. *In hoeverre is over resultaten gecommuniceerd naar het publiek?*
10. *In hoeverre zijn er in de loop van het project veranderingen opgetreden in bekendheid, houding en (intentie tot) gedrag?*
11. *Doen zich knelpunten voor in deze keten? Welke?*
12. *Welke aanbevelingen kunnen worden gedaan met betrekking tot voortzetting van M.?*

1.5 Opbouw rapportage

In onderstaande figuur wordt de M.-keten met bijbehorende meetpunten in beeld gebracht en tevens aangegeven, welk deel van de keten in welk vervolghoofdstuk van dit verslag wordt besproken.



Een samenvatting van de bevindingen, met conclusies en aanbevelingen, is in het begin van deze rapportage opgenomen.



2 M. in de media

<u>plaats in keten:</u>	<u>meetpunten:</u>
Communicatie	media beïnvloeding media aandacht media waardering media bereik mate van terugkoppeling naar publiek

2.1 Inleiding

"Media kunnen je maken of breken". Ook bij de introductie van M. doet deze stelling opgeld. Enerzijds is media-aandacht nodig om Meld Misdaad Anoniem bekend te maken onder de bevolking en burgers te informeren over de doelstellingen, uitgangspunten en werkwijze van het project; daarnaast is terugkoppeling via de media van resultaten van de meldlijn naar de burger van groot belang. Anderzijds kan de wijze waarop dit wordt verslagen in de media en de reactie van journalisten of andere betrokkenen op mogelijke ontwikkelingen, tijdens de pilot van cruciaal belang zijn voor de vorming van de publieke opinie en daarmee het slagen van het project. Om deze redenen is gedurende de pilot nauw gelet op de manier waarop M. in de media is verschenen. De resultaten worden in dit hoofdstuk besproken.

Allereerst wordt kort aandacht besteed aan de eigen activiteiten, die vanuit M. zijn ontplooid om de communicatiedoelstellingen van het project te verwezenlijken. Ook regionale initiatieven worden behandeld. Vervolgens wordt een media-analyse gepresenteerd, uitgevoerd door TrendLight International, waarbij vrijwel alle artikelen over M. zijn geanalyseerd die werden geplaatst in landelijke en regionale dagbladen, nieuwsbladen en huis-aan-huisbladen. Hiermee wordt een beeld geschetst van de mediaontwikkelingen rond Meld Misdaad Anoniem. Hoewel de uitkomsten op het eerste gezicht niet opzienbarend zijn, zal later blijken dat media-aandacht een belangrijke succesfactor in het project vormt (zie hoofdstuk 4).

2.2 Algemene communicatieactiviteiten

Onderstaand wordt beschreven op welke wijze gepoogd is om Meld Misdaad Anoniem onder de aandacht van de pers te brengen, om zodoende free publicity te genereren. Het overzicht pretendeert niet volledig te zijn, maar geeft in grote lijnen de ondernomen activiteiten weer:

Hoewel de communicatiestrategie primair is gericht op regionale persaandacht, wordt daags voor de start van de meldlijn op 4 september 2002 al duidelijk dat de introductie van M. landelijk in de pers zal worden uitgemeten, hiertoe uitgenodigd door een landelijk persbericht, waarin ook de website van M. wordt vermeld. Met enkele vroege krantenartikelen en een interview met één van de projectleiders in het tv-programma Barend en Van Dorp wordt de eerste aanzet gegeven tot bekendmaking van M. aan de burgers.

Op de startdag zelf, met manifestaties in Nijverdal, Den Haag en Utrecht, staat M. volop in de schijnwerpers. Er is aandacht in de geschreven pers en op radio en tv, zowel via publieke als commerciële netten. In de dagen die volgen luwt de aandacht echter snel. Op enkele themadagen en middels een persbericht van het Verbond van Verzekeraars wordt de rol van deze private partij in het project toegelicht. Na een maand wordt gepoogd de aandacht te herwinnen door het verzenden van een persbericht over de eerste maandcijfers. Dat concept wordt een maand later herhaald.

Hierna worden de activiteiten meer regionaal gericht. Rond november worden in bijna alle pilotregio's een of meerdere regionaal gerichte persberichten verstuurd. Een belangrijk onderwerp in deze berichten is de koppeling van M. aan een vuurwerkcampagne; een initiatief van politieregio Midden en West Brabant (niet-pilot), dat, centraal gefinancierd, wordt overgenomen door alle pilotregio's. Deze actie wordt als zeer geslaagd beschouwd, want voor eigen communicatieactiviteiten was binnen de pilotregio's nauwelijks geld beschikbaar; hiervoor waren de bij M. betrokken communicatiemedewerkers van de korpsen afhankelijk van de eigen interne middelen. Ondertussen wisselt de projectleiding ervaringen uit met collega's op een congres in Engeland rond Crimestoppers, waar M. ook wordt gepresenteerd.

Terwijl zo nu en dan regionale persberichten worden verstuurd (inmiddels steeds meer gericht op behaalde resultaten en soms in radio-uitzendingen toegelicht), worden in februari tussentijdse resultaten door het projectbureau aangegrepen om te berichten dat de meldlijn succesvol verloopt. Hiermee wordt wederom kortstondig landelijke aandacht van radio en tv gegenereerd. De website, tot dan toe vrijwel ongewijzigd gebleven, wordt ververs en voorzien van behaalde resultaten. Ook het Verbond van Verzekeraars gebruikt haar site om bezoekers te wijzen op Meld Misdaad Anoniem.

In maart wordt de afspraak gemaakt om M. op geschikte momenten te koppelen aan zaken in het tv-programma Opsporing Verzocht. In de eerste twee maanden wordt driemaal een

dergelijke koppeling gelegd. Een nieuwe, centraal gecoördineerde campagne gericht op wapenbezit, is in voorbereiding.

2.3 Regionale activiteiten

Aan de hand van korte interviews met communicatiemedewerkers van de verschillende politiekorpsen uit de pilotregio's, wordt een beeld geschetst van de inspanningen die, soms in samenwerking met een regionaal platform criminaliteitsbeheersing (RPC), zijn gedaan om M. in de regio onder de aandacht te brengen. Alleen in IJsselland (via Stichting Veiligheidszorg IJsselland) en Haaglanden blijkt actieve betrokkenheid van een RPC te bestaan, hetgeen heeft geresulteerd in een bredere basis voor het project in die regio's. De overige RPC's zijn nog niet of nog maar kort geleden opgericht. Naast IJsselland en Haaglanden beschikte ook Utrecht over een speciaal op M. gericht communicatieplan.

Materialen

Alle deelnemende pilotregio's ontvingen folders, toolkits, posters en brochures met betrekking tot Meld Misdaad Anoniem. Deze hulpmiddelen waren deels bestemd voor intern gebruik, maar ook als informatie voor de burger. In een aantal gevallen werd het materiaal door wijkagenten verspreid. De informatie blijkt echter in de praktijk soms alleen in de wijkbureaus te liggen, niet in openbare gelegenheden. In Haaglanden bleek veel vraag naar kaartjes van M. bij het bureau zedendelicten.

Free publicity

Voor de promotie van M. is vooral gemikt op free publicity. Vooral in de beginfase pakte dat goed uit: veel korpsen zeggen regelmatig uitgenodigd te zijn voor interviews over het project. In deze fase werden ook veel persberichten verstuurd over de start en het aantal meldingen dat binnenkwam bij de frontoffice. Later verschoof de aandacht naar resultaten van de meldlijn. Veel berichten hadden vondsten van drugs of vuurwerk als onderwerp. Een 'grote klapper' diende zich zelden aan. Utrecht kon een oude zaak, die mede door M. werd opgelost, vermelden. In Twente is echter tot aan april geen bericht over oplossing van een zaak verstuurd. De beslissing om in geval van opgeloste zaken de bijdrage van M. te noemen in persberichten, wordt door de korpsen zelf genomen. In IJsselland zal dit bijvoorbeeld alleen gebeuren als de zaak 'puur' door M. is opgelost. In Amsterdam zijn verschillende potentiële M.-berichten uitgebleven. Haaglanden daarentegen communiceert frequent over resultaten van het project.

Extra communicatieactiviteiten

In Overijssel (Twente en IJsselland) reed in de eerste weken van het project een groot aantal bussen rond met het logo en telefoonnummer van M. erop. De nadruk in de plannen van deze pilotregio's lag dan ook op het vergroten van de naams- en nummerbekendheid. Daarnaast heeft het RTV-Oost programma 'Onder de loep' regelmatig aandacht aan Meld

Misdaad Anoniem besteed. Ook werd in deze regio's ruimte in huis-aan-huisbladen ter beschikking gesteld door de gemeente. Ook bedrijven, aangesloten bij de RPC's, boden ruimte in hun bedrijfsblad.

In Utrecht zijn actief flyers uitgedeeld in openbare gelegenheden (postkantoren, bibliotheken, politiebureaus, theehuizen, bejaardentehuizen, etc.). Er bleek veel vraag naar deze folders. De regiopolitie Amsterdam-Amstelland heeft uit eigen middelen een speciaal spotje opgenomen over M. dat meer dan zestigmaal is uitgezonden op AT5. In Haaglanden is een vervoermaatschappij bereid een jaar lang gratis te adverteren, maar de kosten voor een passend ontwerp blijken vooralsnog te hoog.

Speciale thema's M.

Alle pilotregio's hebben zich aangesloten bij de reeds genoemde vuurwerkcampagne, waar M. aan gekoppeld is. Daarnaast is de meldlijn in Twente ingezet bij een project met betrekking tot 'Veilig Uitgaan'. In Amsterdam start mogelijk dit najaar een project gericht op vuurwapenbezit, mensenhandel en prostitutie, waarbij ook preventief gefouilleerd wordt. Bij dit project zal M. ook betrokken worden. In zowel Utrecht en Amsterdam leven ideeën om M. te koppelen aan een actie onder winkeliers. Haaglanden heeft, in samenwerking met de spoorwegpolitie, een actie gericht op de sprinterlijn in Zoetermeer. In IJsselland lag de focus vooral op de handel in hennep en wiet; daarnaast werkt men aan een actie omtrent 'Fraude in het eigen bedrijf'.

Tijdsbesteding

In alle pilotregio's is in de beginperiode veel tijd besteed aan de promotie van M. in de regio. In Twente en IJsselland bleef na de start het aantal communicatiemedewerkers echter beperkt tot één. Bovendien kon slechts een klein aantal uren per week voor M. worden vrijgemaakt. In de ogen van de betrokken medewerkers is dat te weinig. Ook in Amsterdam blijkt nauwelijks tijd vrijgemaakt te zijn voor berichten over M., waardoor weinig pers-berichten zijn verstuurd. In Haaglanden en Utrecht is de capaciteit groter. In Utrecht wordt M. desgevraagd al als een ingeburgerd fenomeen gezien, niet als een bijzonder project.

2.4 Media-analyse M.

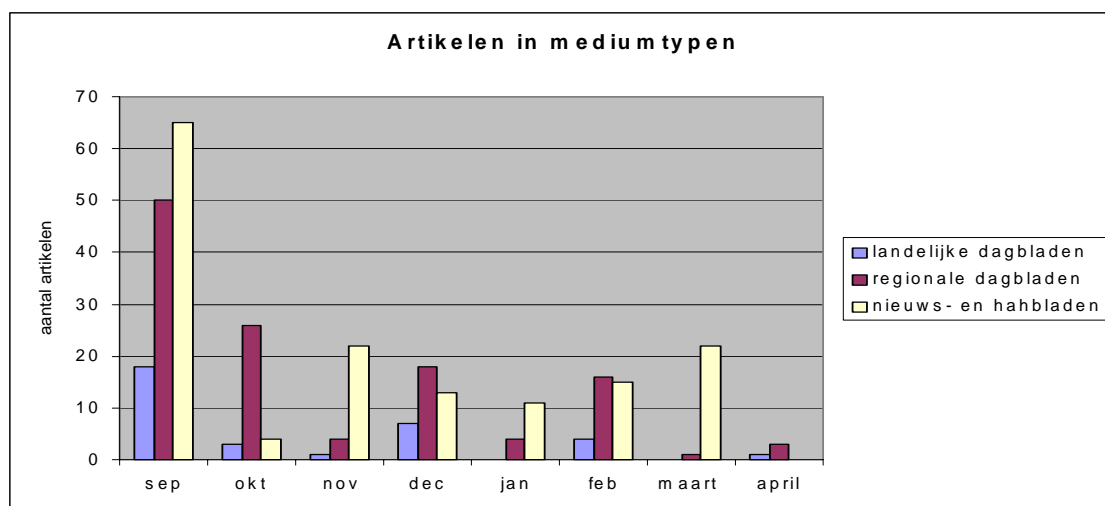
Teneinde een beeld te vormen van de wijze waarop M., met inachtneming van bovenvermelde communicatieactiviteiten, daadwerkelijk in de media is verschenen, heeft TrendLight in de periode van september 2002 tot en met april 2003 vrijwel alle artikelen die over M. verschenen in landelijke dagbladen, internetedities van regionale dagbladen en nieuws- en huis- aan huisbladen, geanalyseerd. Een analyse van geschreven pers vormt doorgaans een goede afspiegeling van de omvang en de aard van de totale publiciteit.

Algemeen

In totaal zijn 312 artikelen, waarin het project genoemd wordt, geanalyseerd. Hierdoor zijn zeker 28 miljoen potentiële lezers (sommigen meermalen) bereikt. Deze *free publicity* heeft een communicatiewaarde van tenminste € 313.746,- indien de redactionele aandacht zou worden beschouwd als advertentieruimte. De waarde van free publicity ten opzichte van advertentieruimte, moet echter hoger worden ingeschat: van krantenartikelen gaat in de regel immers meer overtuigingskracht uit, dan van (niet onafhankelijke) betaalde publiciteit.

Verreweg de meeste publiciteit werd in de beginperiode van de campagne gegenereerd. Beperkte oplevingen in de media-aandacht werden bereikt rond de jaarwisseling, met berichtgeving over vuurwerk, en eind februari toen aandacht werd geschonken aan een tussentijdse evaluatie van het project.

Figuur 1: Artikelen per mediumtype



Bron: TrendLight International.

Dominantie

Over het algemeen kan worden gesteld dat de aan de campagne ten grondslag gelegen persberichten aan de basis hebben gestaan van de meeste artikelen. Ook valt op dat vrijwel alle berichten volledig over Meld Misdaad Anoniem handelen: in slechts een klein aantal gevallen wordt M. zijdelings genoemd. De laatste weken (april 2003) is echter een trend waarneembaar van berichten waarin burgers worden opgeroepen zich in specifieke gevallen te melden. Daarbij wordt vaak alleen het telefoonnummer van M. en de projectnaam genoemd. Over M. zijn in zeer beperkte mate achtergrondverhalen gepubliceerd. Ook zijn slechts enkele opiniërende stukken over de meldlijn verschenen.

Teneur berichtgeving

Inhoudelijk was de berichtgeving vaak positief. De houding was daarbij echter bijna altijd neutraal: er is een sterke neiging tot het vermelden van feitelijkheden in de berichtgeving

gebleken. In slechts zeven gevallen is er sprake van enige kritiek. De kritiek komt uit de hoek van de politie die van mening is dat de anonimiteit in een aantal gevallen tot problemen kan leiden in het kader van de bewijslast en de opsporing. Daarnaast worden "kringen van sociale wetenschappers" genoemd die bezwaren zouden hebben tegen het aspect klikken. Scherpe kritiek in de geanalyseerde bladen is slechts éénmaal aangetroffen in een column van Paul Plaizier in het Leidsch Nieuwsblad.

Eind september wordt positief bericht over de eerste resultaten van de meldlijn, waarbij met name het grote aantal telefoontjes aan de orde komt. Grote zaken zijn dan nog niet opgelost. Bericht wordt over een vuurwerkvondst in Staphorst en het oprollen van een hennepkwekerij in Aalsmeer. In het algemeen kan worden gesteld dat er relatief veel aandacht is geschonken aan de oplossing van drugsgelateerde misdaden op basis van anonieme tips. Ook is er aan het eind van 2002 veel aandacht door de media geschonken aan de meldlijn voor verboden vuurwerk (35 berichten in 2002). Ook deze berichtgeving is neutraal van toon.

Projectgegevens

De payoff "Meld Misdaad Anoniem" is in driekwart van alle artikelen terug te vinden. "Bel M." in eenderde van de gevallen en de slogan "Jij kent de dader, maar de dader kent jou ook" kwam 32 keer (10%) in de artikelen terug. Bij de introductie van de vuurwerklijn is de bijbehorende slogan "Jij weet waar vuurwerk illegaal opgeslagen of verhandeld wordt? Meld misdaad anoniem. Bel M. 0800-7000" in 15 van de 19 gevallen afgedrukt.

Het telefoonnummer 0800-7000 is in de totale periode in 59 van de 312 artikelen niet vermeld. In 20 gevallen werden de verschillen met 112 en 0900-8844 uitgelegd. Het feit dat het telefoonnummer gratis is wordt slechts in de beginperiode een aantal malen gemeld. De relatie die het gratis nummer heeft met anonimiteitsgaranties komt in de berichtgeving nauwelijks aan de orde. De internetsite is slechts in 14 berichten genoemd.

Klikken of tippen

Opvallend is het aantal keren dat er bij de introductie gesproken wordt over klikken of kliklijnen. In meer gevallen wordt er gesproken over klikken dan over melden of tippen. De negatieve associatie van het woord "klikken" is vaak niet in de teneur van de berichtgeving terug te vinden. De volgende kopregels illustreren deze stelling:

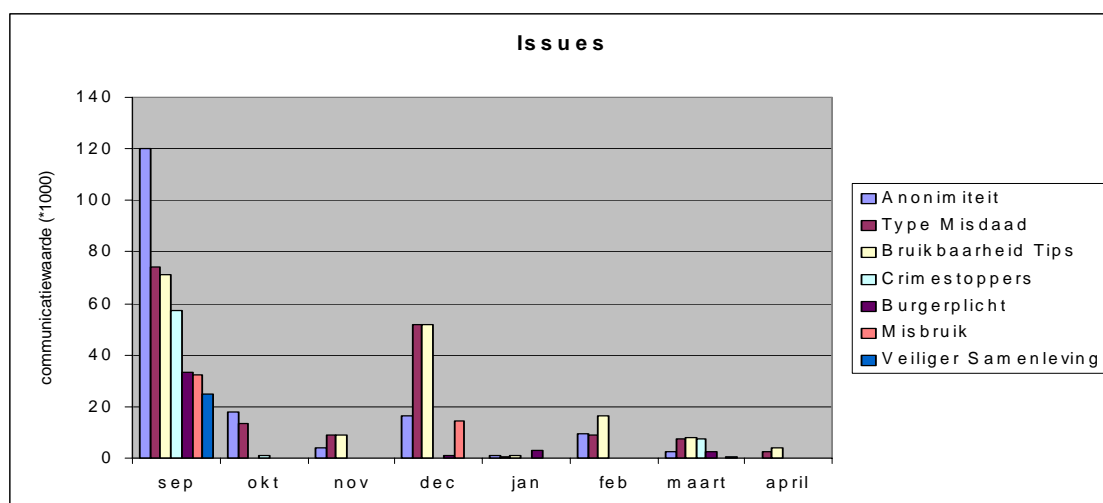
- Anonieme kliklijn al druk gebeld
- Al vierduizend kliktelefoontjes
- Politie opent misdaadkliklijn 'Bel M'
- Veilig klikken over zware misdaad
- Misdaad kliklijn sinds vanmorgen actief
- Criminelen verklikken via anonieme tiplijn

In het vervolg van de campagne handhaaft dit beeld zich. Klikken blijft vaker genoemd dan melden of tippen. Het woord 'kliklijn' wordt waarschijnlijk ook gebruikt vanwege zijn licht allitererende toon. Het klinkt beter dan 'meldlijn' of 'tiplijn'. Er is nauwelijks sprake van afbreuk als gevolg van het gebruik van het woord 'klikken' in plaats van melden of tippen.

Issues

Tijdens de introductie (september 2002) wordt de anonimiteit in de meeste gevallen voorzien van nadere uitleg. In alle gevallen komt het woord 'anonimiteit' voor. Hiermee lijken de doelstellingen, zoals geformuleerd in het Communicatieplan M., ruim voldoende gehaald. Later wordt het woord 'anonimiteit' of 'anoniem' nog wel vaak genoemd maar een uitgebreide uitleg over het hoe en waarom ontbreekt. Deze (dalende) trend zet zich in de periode januari tot en met april 2003 in versterkte mate voort.

Figuur 2: Issues in de media



Bron: TrendLight International.

Het noemen van de burgerplicht en de verwezenlijking van een veiliger samenleving wordt in de berichtgeving slechts matig over het voetlicht gebracht. Ook is de 'normen en waarden' mantra nauwelijks gebruikt. De feitelijke berichtgeving over M. biedt voor deze beschouwingen weinig ruimte. In evaluatieve berichten over M. in februari en maart wordt regelmatig de vergelijking gemaakt met het Engelse Crimestoppers, met name om het succes van het Nederlandse initiatief te illustreren.

Feedback

De bruikbaarheid van de tips is 169 keer aan de orde geweest en er werd in 171 artikelen een opsomming gegeven van de typen misdaden waarvoor met 0800-7000 contact kan worden opgenomen. Misbruik van de lijn door grappen en pesterijen kwam slechts in het begin van de campagne in 22 artikelen aan de orde. Het betrof vooral berichtgeving over de

angst dat de lijn zou worden misbruikt. In de periode januari tot en met april 2003 is het misbruik van M. nog slechts eenmaal genoemd.

Afzender

Over de partijen die achter het project Meld Misdaad Anoniem staan, werd vooral in de beginperiode nogal warrig bericht. Tot en met december 2002 werden politie (54x) en justitie (57x) vaak genoemd, gevolgd door het NPC (41x) en de verzekeraars (37x). In de periode januari tot en met april 2003 was het NPC (39x) de meest genoemde partij. Daarnaast werden het Ministerie van Justitie (26x) en de verzekeraars (23x) relatief vaak genoemd. De aandacht voor de partijen achter M. werd in het algemeen steeds kleiner.

2.5 Conclusies

M. heeft vooral in de eerste weken na de start van de meldlijn veel free publicity gekregen. Ondanks dat de campagne kwetsbaar was, is in het algemeen op een positieve wijze over M. bericht. De waarde van deze free publicity moet daarom hoog ingeschat worden, temeer daar de impact van krantenartikelen vaak groter is dan van (als niet onafhankelijk gepercipieerde) betaalde publiciteit.

Tweederde van alle media-aandacht werd echter al in de beginperiode gerealiseerd. In de weken na de start daalde de aandacht sterk, met oplevingen rond oktober (eerste maandresultaten), de jaarwisseling (veel berichten in het kader van een vuurwerkcampagne) en februari (naar aanleiding van een tussentijdse balans).

In de berichtgeving werden hoofdzakelijk feiten vermeld, waarbij persberichten als basis dienden. De artikelen handelden vrijwel uitsluitend over M., terwijl nauwelijks zijdelings over M. is geschreven. Ook werden relatief weinig opiniërende stukken of achtergrondverhalen aangetroffen. Opvallend is dat 'klikken' in de artikelen vaker wordt genoemd dan 'melden' of 'tippen'. Van een negatieve associatie lijkt in de berichtgeving echter geen sprake te zijn.

De aandacht voor thema's als *veiliger samenleving* en *burgerplicht* in artikelen was zeer beperkt, ondanks dat dit belangrijke peilers van het project zijn. De communicatiedoelstellingen lijken op dit punt dan ook niet gehaald. Ook het publiek/private karakter van M. kwam in de pers niet eenduidig naar voren. De naam en telefoonnummer van het project werden in de meeste artikelen wel genoemd. De internetsite heeft daarentegen in de pers zeer weinig aandacht gekregen. Dat is jammer, omdat dit medium goede mogelijkheden voor feedback over resultaten biedt.

De meeste aandacht blijkt te danken aan landelijk gerichte communicatieactiviteiten. Die dienen bij landelijke opschaling dan ook veelvuldig te worden benut. De belangrijkste winst

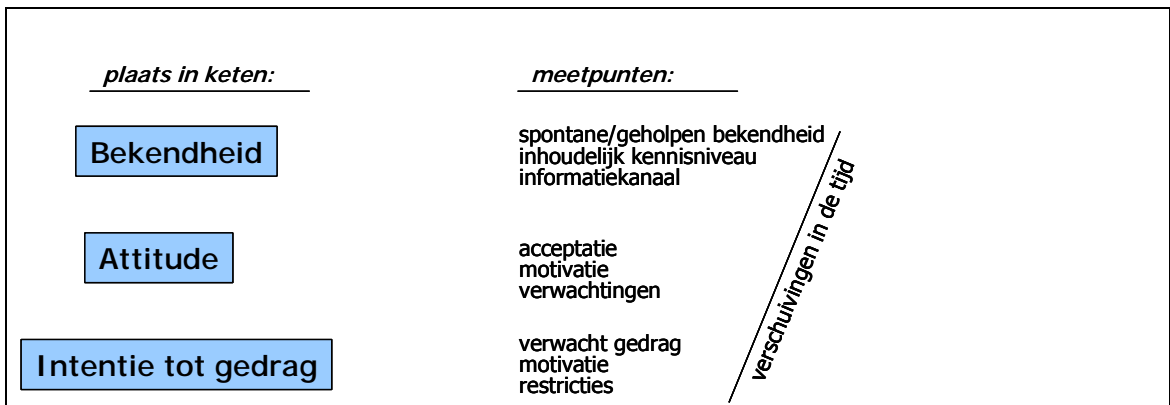
op dit gebied, is een recentelijk gemaakte afspraak om M. bij specifieke zaken van het tv-programma Opsporing Verzocht te betrekken.

Binnen de pilotregio's is op zeer diverse wijze omgegaan met de M.-communicatie. IJsselland en Twente staken vooral in de beginfase veel energie in de promotie, mede door succesvolle inspanning van het regionaal platform criminaliteitsbeheersing. Met name Utrecht en Haaglanden wisten juist in het vervolg regionale persaadacht te genereren, mede door vermelding van behaalde successen. De afweging om wel of niet naar buiten te treden met nieuws over resultaten van M. is aan de regiokorpsen zelf. Amsterdam-Amstelland heeft op dit punt weinig inspanning getoond.

Regionale, thematisch opgezette campagnes, zoals ingezet bij de jacht op illegaal vuurwerk, blijken succesvol en worden vervolg gegeven. Grootste knelpunt hierbij is vooralsnog de financiering van campagnemateriaal. Doordat communicatiebudget op regionaal niveau ontbreekt, blijken eigen initiatieven nauwelijks realiseerbaar. Ook de beschikbare tijd voor communicatiemedewerkers was in bijna alle regio's te beperkt om M. regionaal goed te kunnen promoten.



3 M. onder de bevolking



3.1 Inleiding

Meld Misdaad Anoniem heeft een groot draagvlak onder de bevolking nodig. Een voldoende aantal meldingen kan alleen bewerkstelligd worden, wanneer burgers op de hoogte zijn van het project en bovendien achter de doelstellingen van M. staan. Het is van groot belang te weten of en zo ja, in welke situaties men gebruik zou (willen) maken van een anonieme meldlijn.

Onderstaand worden de belangrijkste uitkomsten uiteengezet van een onderzoek naar de bekendheid van en attitude ten aanzien van Meld Misdaad Anoniem. Het onderzoek bestaat uit twee onafhankelijke metingen: een 0-meting in oktober 2002 en een 1-meting in april 2003. Beide metingen zijn uitgevoerd onder circa 1400 panelleden uit de research community van Blauw Research en leveren na weging een representatief beeld (op geslacht, leeftijd en opleiding) van zowel de inwoners van de vijf pilotregio's van het project als de rest van de Nederlandse bevolking. Parallel aan de 0-meting heeft tevens een telefonisch onderzoek plaatsgevonden (zie bijlage V).

3.2 Ervaring met aangiften

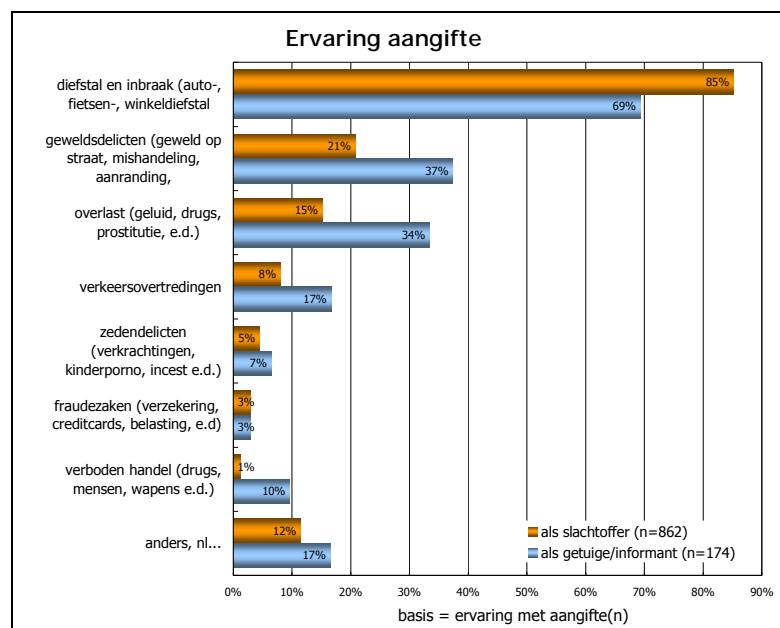
Allereerst is gevraagd naar de ervaring die mensen hebben met aangifte doen bij de politie:

- Bijna zeven op de tien ondervraagden heeft dit *wel eens* gedaan. Een kwart heeft al meerdere malen aangifte gedaan. In IJsselland en Twente is men op dit punt relatief iets minder ervaren dan in de rest van Nederland.

- Ruim 80% doet aangifte in de hoedanigheid van slachtoffer; ongeveer één op de tien omdat hij/zij getuige is van een misdaad. Circa 5% zegt belangrijke informatie te hebben met betrekking tot een misdaad.
- Diefstal en inbraak vormen veruit de belangrijkste reden voor aangifte.
- Bijna een kwart van de respondenten heeft wel eens een geweldsdelict gemeld. Overige potentiële M.-meldingen, zoals aangiften met betrekking tot zedendelicten, verboden handel en fraudezaken, wordt door minder dan 8% genoemd.

Figuur 3: Ervaring aangifte

Bij aangiften over geweldsdelicten spelen getuigen en informanten relatief vaak een rol. Dit geldt ook bij aangiften over verboden handel (o.a. drugs, mensen, wapens) en, logischerwijs, aangiften over overlast en verkeers-overtredingen.



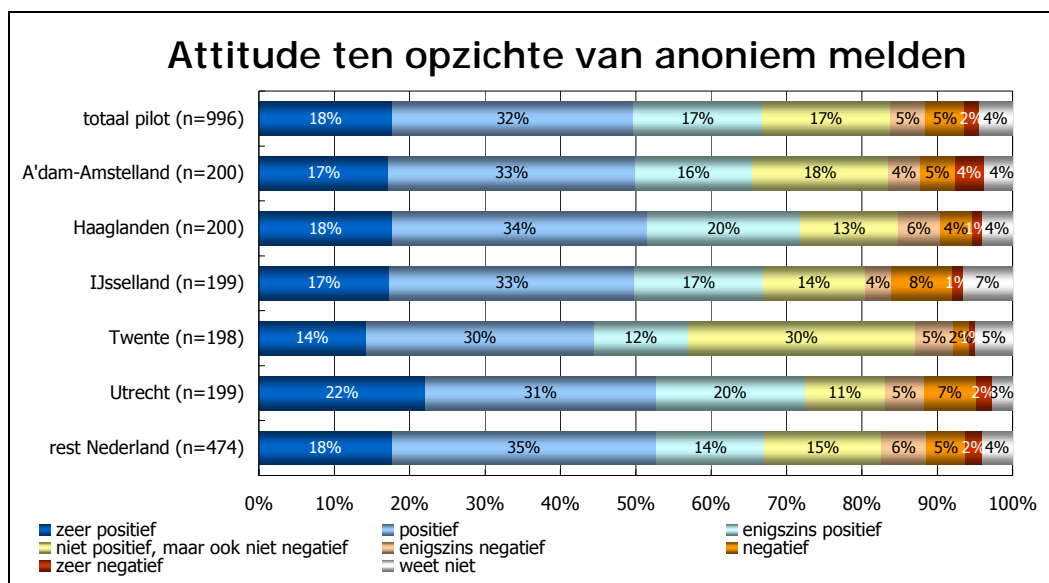
Bron: Bevolkingsonderzoek M., Blauw Research (1-meting, 2003).

- Ruim 40% van degenen die aangifte-ervaring hebben is (*zeer*) *tevreden* over de afhandeling van aangiften door de politie. Ruim een kwart zegt (*zeer*) *ontevreden* te zijn.
- Eenderde heeft wel eens overwogen een misdaad te melden, maar daar toch van afgezien. Ongeveer 40% van hen zegt *zeker* of *waarschijnlijk* wel melding te hebben gemaakt, indien er een mogelijkheid tot anoniem melden zou zijn geweest. Vooral burgers die als getuige of informant iets hadden willen melden, hadden dit naar eigen zeggen zeker of waarschijnlijk wel anoniem gedaan als dit mogelijk was (51% als men de dader niet kende; wanneer dit wel het geval was zelfs 64%).

3.3 Attitude anoniem melden

Zowel binnen als buiten de pilotregio's bestaat in algemene zin een breed draagvlak voor een anonieme meldlijn. Ruim tweederde van de burgers staat spontaan (d.w.z. zonder dat in de vragenlijst nog over het bestaan van M. is gesproken) *enigszins* tot *zeer positief* tegenover het anoniem melden van misdaden. De groep tegenstanders is aanmerkelijk kleiner: 13%, waarvan ongeveer de helft uitgesproken *negatief* tot *zeer negatief*.

Figuur 4: Attitude anoniem melden



Bron: Bevolkingsonderzoek M., Blauw Research (1-meting, 2003).

De belangrijkste motivaties voor een positieve of negatieve houding zijn samengevat weergegeven in de volgende tabel.

Tabel 1: Toelichting attitude ten aanzien van anoniem melden

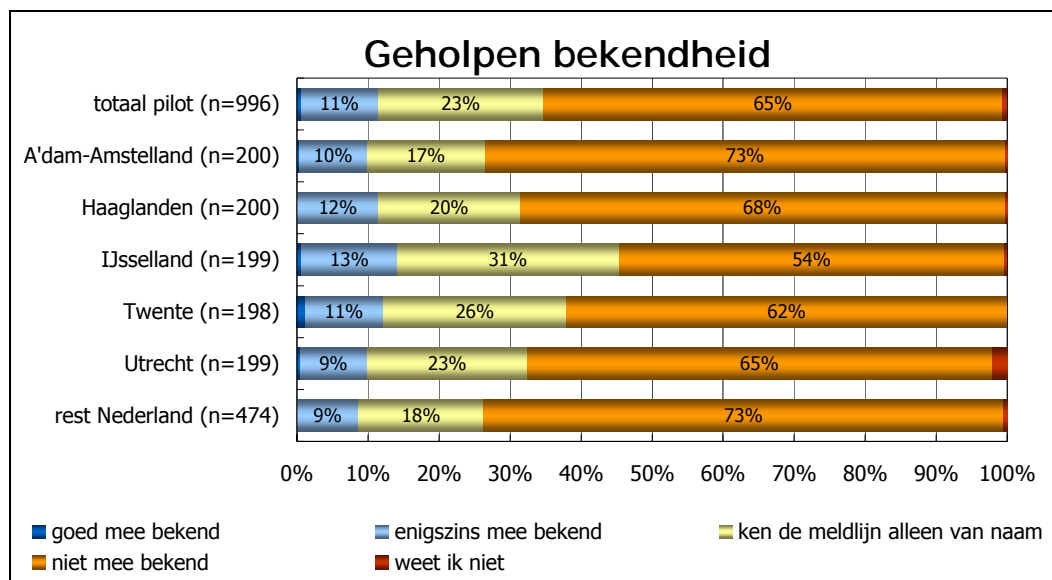
zeer t/m enigszins positief (ca. 67%)	niet positief/niet negatief (ca. 17%)	enigszins t/m zeer negatief (ca. 12%)
<p>- veiligheid ("Omdat je dan niet verder geconfronteerd wordt met de daders, die later wel weer hun woede op je zouden kunnen uiten." / "Omdat je anders zelf gevaar loopt".)</p> <p>- drempelverlagend (Omdat je persoonlijke gegevens niet worden gevraagd en dat kan soms net de drempel zijn om alsnog iets te melden.)</p> <p>- vrijheid ("Mensen schamen zich soms voor bepaalde zaken, bijvoorbeeld verkrachtingen. Dus dan hoeven ze in elk geval geen naam door te geven." / "Omdat mensen dan meer loslaten".)</p> <p>- dader bekend ("Stel dat mijn buurman iets heeft gedaan, dan heb ik liever dat hij er nooit achter kan komen dat ik hem heb aangegeven.")</p> <p>- sneller ("Gewoon iets willen melden, maar niet al de rompslomp)."</p> <p>- meer meldingen ("Dan worden ook meer zaken opgelost".)</p> <p>- crimineel circuit ("Omdat criminelen dan zelf ook aangifte kunnen doen".)</p>	<p>een combinatie van positieve en negatieve motivaties, maar vaker:</p> <p>- afhankelijk van het delict ("Het hangt af van het delict waar het over gaat")</p> <p>- situatie ("Er zijn situaties denkbaar waarbij er risico is voor represailles en in die gevallen kan anoniem melden zinvol zijn.")</p>	<p>- angst voor misbruik en valse meldingen ("Je moet geen loze beschuldigingen kunnen doen. Deze kunnen mensen zeer beschadigen." / Iedereen kan wel een verhaaltje verzinnen om het leven van een ander zuur te maken".)</p> <p>- klikmaatschappij ("Deze methode kan het begin zijn van een politiestaat. Hoe lang blijft het anoniem en zonder beloning.")</p> <p>- geen toetsing mogelijk ("Kan bron/melder en dus persoon met informatie niet gevonden worden voor details om onderzoek te complementeren. Ik vind wel dat melder beschermd moet worden." / "Voor de betrouwbaarheid van de aangifte vind ik het noodzakelijk dat de afzender bekend is. Dit kan ook voorkomen dat mensen elkaar proberen dwars te zitten.")</p> <p>- laffe manier ("Als je anoniem wilt blijven heb je volgens mij iets te verbergen". / "Durf er vooruit te komen als je zoiets meemaakt. Ik vind dat de mensheid niet achterbaks moet leven.")</p>

Bron: Bevolkingsonderzoek M., Blauw Research (0-meting, 2002 en 1-meting, 2003).

3.4 Bekendheid Meld Misdaad Anoniem

- Binnen de pilotregio's zegt 57% zich spontaan 'een anonieme meldlijn' met betrekking tot misdaden te kunnen herinneren. Slechts 11% meent echter de naam te weten. Buiten de pilotregio's is de spontane bekendheid van 'een anonieme meldlijn' 47%. Circa 13% beweert de naam te kennen. Deze mate van bekendheid is constant gebleven in de onderzochte periode (metingen in oktober 2002 en april 2003).
- Van degenen die aangaven de naam van de meldlijn te kennen, noemt binnen de pilotregio's slechts een vijfde letterlijk 'Meld Misdaad Anoniem' of een term met 'M.' (minder dan tijdens de 0-meting). Het overgrote deel noemt echter 'kliklijn' als naam van de meldlijn. Buiten de pilotregio's is dit vrijwel de enige aanduiding.
- Na het vermelden van 'Meld Misdaad Anoniem' en 'M.' blijkt binnen de pilot 35% het project tenminste van naam te kennen, variërend van 27% in Amsterdam-Amstelland tot 45% in IJsselland. Dit betekent een afname van de geholpen bekendheid in vergelijking met de meting in oktober 2002. Deze afname is vrijwel volledig aan minder bekendheid in de grote steden (Utrecht, A'dam-Amstelland en Haaglanden) toe te schrijven.
- Buiten de pilotregio's is de geholpen bekendheid circa 27%.

Figuur 5: Geholpen bekendheid



Bron: Bevolkingsonderzoek M., Blauw Research (1-meting, 2003).

- Het telefoonnummer 0800-7000 blijkt, evenals een halfjaar geleden, geen parate kennis. Vrijwel niemand weet spontaan het juiste telefoonnummer van de meldlijn te noemen. Ook na het overleggen van een lijst met telefoonnummers weet slechts 7% van degenen die het project geholpen kennen (in het vervolg: M.-kenners), het juiste nummer te kiezen (Twente 10%). Met name 0900-8844 en het niet-bestaande 0800-9944 worden vaak met het nummer van M. verward. Landelijk gezien is het nummer 0800-7000 bij hooguit 2% van de burgers bekend.
- Ongeveer 15% van de M.-kenners zegt van de website www.meldmisdaad.nl te hebben gehoord (was: 10%). Slechts een klein deel heeft de site echter bezocht.
- De wijze waarop M.-kenners met het project bekend zijn geraakt is voor tweederde middels de tv. Ook radio (30%), landelijke en regionale dagbladen (iedere 20%) zijn veelgenoemde informatiebronnen. Eéntiende heeft via een nieuws- of huis-aan-huisblad informatie over M. vernomen.
- Binnen de pilotregio's bestaan wel enkele verschillen in geraadpleegde media. Zo was in Twente en IJsselland busreclame tijdens de 0-meting nog aan 10% van de M.-kenners opgevallen. Dat effect lijkt medio april echter uitgewerkt. Ook wordt een folderactie, die tijdens de eerste meting in Utrecht was opgevallen, niet langer als kennisbron aangeduid. Met name in Utrecht en Twente zijn radioberichten over M. opgevallen. In Haaglanden is de bekendheid van M. via kranten toegenomen.
- Waar in het begin de televisieaandacht werd verklaard door landelijke nieuwsprogramma's waar men M. was tegengekomen, is dat een halfjaar later vaker door middel van een landelijk opsporingsprogramma. In IJsselland en Twente, en in beperkte mate ook in Amsterdam, refereren sommigen aan een regionaal opsporingsprogramma.
- Volgens 80% van de M.-kenners heeft de media in het afgelopen halfjaar een positieve indruk op hen achtergelaten met betrekking tot M. In het nieuws was hen vooral het

bestaan van de anonieme meldlijn opgevallen, het feit dat er redelijk veel gemeld werd en dat bepaalde zaken opgelost zijn dankzij anonieme tips.

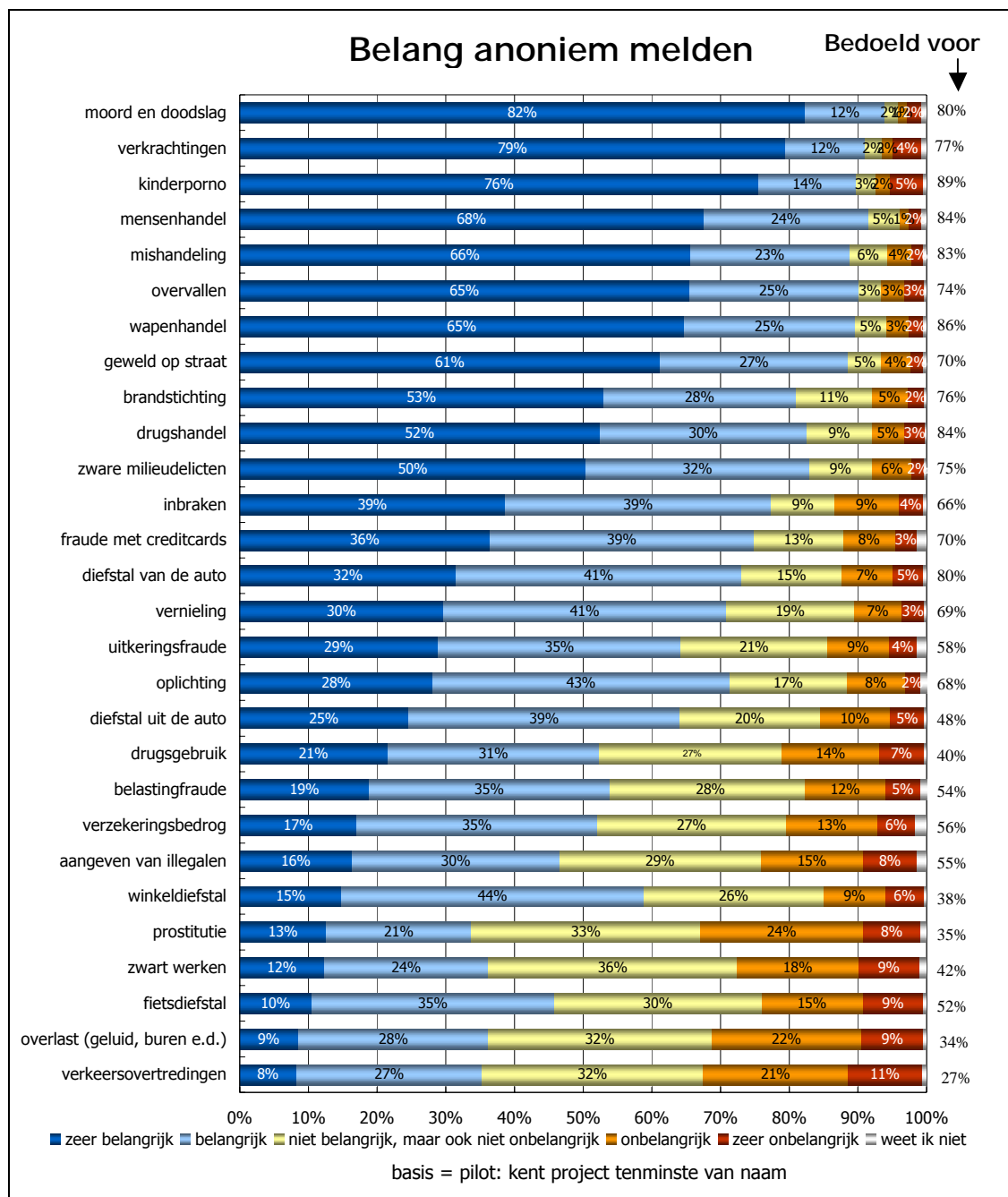
3.5 Kennis en verwachtingen van M.

Aan degenen die M. geholpen kennen (M.-kenners) zijn enkele kennis- en verwachtingsvragen voorgelegd.

- Van alle M.-kenners meent ongeveer tweederde dat politie en justitie initiatiefnemer zijn van de anonieme meldlijn. Binnen de pilotregio's zegt 12% dat ook particuliere organisaties achter M. schuilgaan; buiten de pilotregio's is dat 7%.
- Slechts weinigen (ongeveer 3%) menen dat een M.-melder een beloning kan ontvangen voor zijn/haar melding of dat de M.-melder na afloop te horen krijgt wat met de tip is gebeurd.
- Minder dan de helft (ongeveer 45%) van de burgers weet dat de meldlijn gratis is. Eén op de tien denkt dat het niet gratis is; bijna de helft 'weet het niet'.
- Bijna driekwart bevestigt dat de meldlijn volledig anoniem is. De overtuiging dat de anonimiteit ook werkelijk gewaarborgd wordt, is gestegen van 48% tijdens de 0-meting naar 62% in de 1-meting (significant verschil). De groep wantrouwers is gehalveerd (van 20% tot 10%).
- De meeste ondervraagden zijn van mening dat een anonieme tip niet bruikbaar is tijdens de rechtspraak, maar wel voor politieonderzoek.

In de volgende grafiek wordt weergegeven in welke mate de M.-kenners het belangrijk vinden dat specifieke misdaden anoniem gemeld kunnen worden. Ter vergelijking is een percentage weergegeven van het aandeel M.-kenners dat denkt dat de meldlijn bedoeld is voor die specifieke misdaad.

Figuur 6: Belang anoniem melden



Bron: Bevolkingsonderzoek M., Blauw Research (2002, 2003).

N.B.: Het belang van melden per criminaliteitsveld is gemeten tijdens de 1-meting in april 2003. Gegevens over de verwachte doelstellingen van M. zijn afkomstig uit de 0-meting in oktober 2002.

Uit de grafiek blijkt:

- Ruim 80% van de M.-kenners vindt het *zeer belangrijk* dat moord en doodslag anoniem gemeld kan worden. Tachtig procent meent ook dat M. bedoeld is voor het melden van dergelijke misdaden.
- Ook voor verkrachtingen en kinderporno hecht men grote waarde aan de mogelijkheid om anoniem te kunnen melden, gevolgd door mensenhandel, mishandeling, overvallen, wapenhandel en geweld op straat.
- Van fraude met betrekking tot uitkeringen, belastingen of verzekeringen zijn de M.-kenners minder zeker of dit tot de doeldelicten van de meldlijn behoort. Men vindt het relatief ook minder belangrijk.
- Dat meldingen over drugshandel tot de doeldelicten van M. behoren is, in de perceptie van de burger, veel duidelijker.
- Naast geluids- of burenoverlast en verkeersovertredingen, is een substantiële groep het er niet mee eens dat zwartwerkers, prostitutiezaken of het aangeven van illegalen op anonieme wijze moet kunnen gebeuren.
- Het anoniem aangeven van winkeldiefstal wordt relatief belangrijk gevonden, maar weinig M.-kenners verwachten dit bij M. te kunnen melden.

Tijdens de 0-meting kon worden geconcludeerd dat men binnen de pilotregio's iets beter geïnformeerd is over de werkelijke doelstellingen van M. dan daarbuiten.

3.6 Intentie anoniem melden

Na een uitgebreide introductie van M. is aan iedereen gevraagd of men de intentie heeft om, in voorkomende gevallen, met 0800-7000 te bellen.

- De intentie om zaken te melden bij M. is in het afgelopen halfjaar nagenoeg onveranderd: tweederde zou zeker of waarschijnlijk wel gebruik maken van de M.-meldlijn. Eén op de tien zou niet melden; 20% twijfelt. Vrouwen zijn iets positiever dan mannen. Ook blijkt dat ouderen sneller geneigd zijn M. in voorkomende gevallen te bellen, dan jongeren onder 34 jaar. Een verband met eerdere aangifte-ervaringen kan niet worden aangetoond.
- Ruim een kwart van alle burgers meent dat een anonieme melding geen zin heeft, omdat men vermoedt dat 'toch niets met de melding gedaan wordt'. Hierin heeft, na een half jaar, geen verschuiving plaatsgevonden. Ter vergelijking, in de praktijk blijken slachtoffers in eenderde van de gevallen om deze reden geen aangifte te doen bij de politie (Politie-monitor Bevolking, 2001).
- Ruim 90% is het er (tenminste *enigszins*) mee eens dat burgers zelf ook verantwoordelijk zijn voor de veiligheid op straat. Volgens driekwart draagt een meldlijn als M. bij aan een veiligere samenleving.

De belangrijkste redenen om niet naar de meldlijn te zullen bellen, zijn hieronder opgesomd. Hierbij is onderscheid gemaakt naar de meldintentie.

Tabel 2: Redenen om niet te bellen

Intentie melden via Meld Misdaad Anoniem		
zeker/waarschijnlijk wel	misschien	waarschijnlijk/zeker niet
- Geen, ik zou altijd bellen	- Liever naar de politie, direct en persoonlijk contact	- Liever naar de politie, direct en persoonlijk contact
- Bij twijfels over dader/ misdrijf	- Omdat het anoniem is, niet nodig, of het wordt als klikken gezien	- Omdat het anoniem is, niet nodig, of het wordt als klikken gezien
- Bang voor persoonlijke consequenties, veiligheid	- Wordt toch niets mee gedaan	- Wordt toch niets mee gedaan
- Bang dat het toch niet anoniem is	- Afhankelijk van aard delict	- Wil politie niet helpen
- Er wordt toch niets mee gedaan	- Indien de dader een bekende is	- (Nog) te onbekend mee
- Indien de dader een bekende is	- Bang dat het toch niet anoniem is	
- Kleine diefstallen/ overtredingen	- Bang voor persoonlijke consequenties, veiligheid	
- Als directe hulp nodig is	- (Nog) te onbekend mee	
- Indien het makkelijker is om de politie in te lichten		
- Indien de dader kan achterhalen wie melder is		
- Afhankelijk van aard delict		

Bron: Bevolkingsonderzoek M., Blauw Research (0-meting, 2002).

3.7 Attitude invoering/voortzetting van M.



Tot slot zijn enkele vragen over de invoering en de toekomst van de meldlijn voorgelegd.

- In totaal is zeker 70% van de bevolking positief tot zeer positief over de invoering van de meldlijn. Nog eens ongeveer een tiende van de burgers vindt het *enigszins* een goed initiatief. Circa 5% vindt het (zeker) geen goed initiatief.
- Wanneer wordt gevraagd wie men verantwoordelijk acht voor het voortbestaan van M., dan vinden de meesten dat dit de verantwoordelijkheid van justitie (85%) en/of politie (75%) is. Iets meer dan 5% ziet een rol voor particuliere organisaties, die op enigerlei wijze hinder ondervinden van criminaliteit, weggelegd.
- Volgens zeven op de tien burgers, zowel binnen als buiten de pilot, moet de meldlijn (zeker) worden voortgezet; gekoppeld aan delicten als moord, verkrachting en overvallen, is 90% die mening toegedaan.

3.8 Bevolkingsonderzoek gespiegeld

Voor aanvang van het bevolkingsonderzoek is het projectbureau in het kader van een spiegelonderzoek gevraagd om aan te geven wat zij van de uitkomsten verwachtte. Koppeling van deze verwachtingen aan de daadwerkelijke resultaten biedt enkele interessante inzichten.

Tabel 3: Spiegelonderzoek M.

			
aspect	aangegeven belang	verwacht	o.b.v. meting april '03
Spontane bekendheid anonieme meldlijn voor het melden van misdaden	hoog	40%	57% (bijna uitsluitend 'kliklijn' genoemd)
Geholpen bekendheid M.	hoog	70%	35%
Spontane bekendheid tel.nr.	hoog	40%	0 á 1%
Geholpen bekendheid tel.nr.	hoog	70%	2 á 3%
Meldintentie	hoog	50%	69%
Overtuiging meldlijn anoniem	hoog	50%	62%
Attitude anoniem melden	middel	60%	69%
Goed initiatief	middel	60%	84%
Bekendheid verzekeringsbedrog als doel M.	middel	25%	56%
Geholpen bekendheid website	middel	15%	5%

Bron: Spiegelonderzoek M., Blauw Research.

De bekendheid van het project is duidelijk onder de verwachtingen van het projectbureau gebleven. Hoewel de spontane bekendheid van 'een meldlijn' relatief hoog is (veel mensen menen zich iets van een dergelijke lijn te kunnen herinneren), zijn specifieke projectkenmerken vaak onbekend. De attitude ten aanzien van de mogelijkheid om anoniem te kunnen melden blijkt echter verrassend positief.

3.9 Conclusies

Meer dan de helft van de pilotbevolking heeft weet van 'een' anonieme meldlijn voor misdaden, maar de naam kan men zich niet spontaan herinneren. Wie wel een naam noemt, noemt doorgaans 'kliklijn'. De geholpen bekendheid van M. was na de start 42%, maar bedraagt een half jaar later 35%. Buiten de pilotregio's is een kwart bekend met het project. In IJsselland en Twente is de bekendheid nog wél even groot als in het begin, wat aan de forsere inspanningen kan worden toegeschreven. Toch is ook daar niet aan de verwachtingen voldaan.

Televisie blijkt het belangrijkste informatiemedium. Andere veel gebruikte informatiebronnen zijn radio en landelijke/regionale bladen. Het telefoonnummer 0800-7000 behoort, net als de

website www.meldmisdaad.nl, absoluut niet tot de parate kennis van burgers. Dit bleek al na de introductie. Op dit terrein is derhalve nog veel te winnen.

De meldlijn zelf voorziet evenwel duidelijk in een behoefte en kan rekenen op een breed draagvlak onder de bevolking. Zeker 70% oordeelt positief tot zeer positief over de invoering van de M.-meldlijn. Nog eens 10% is voorzichtig enthousiast. Opvallend is dat een zeer groot deel van de bevolking zich medeverantwoordelijk voelt voor de veiligheid in Nederland en het melden van misdaden als burgerplicht beschouwt. Deze resultaten lijken aan te sluiten bij de huidige maatschappelijke ontwikkeling, waarin in toenemende mate belang aan een veilige samenleving wordt gehecht en daadkracht in handhaving wordt verlangd.

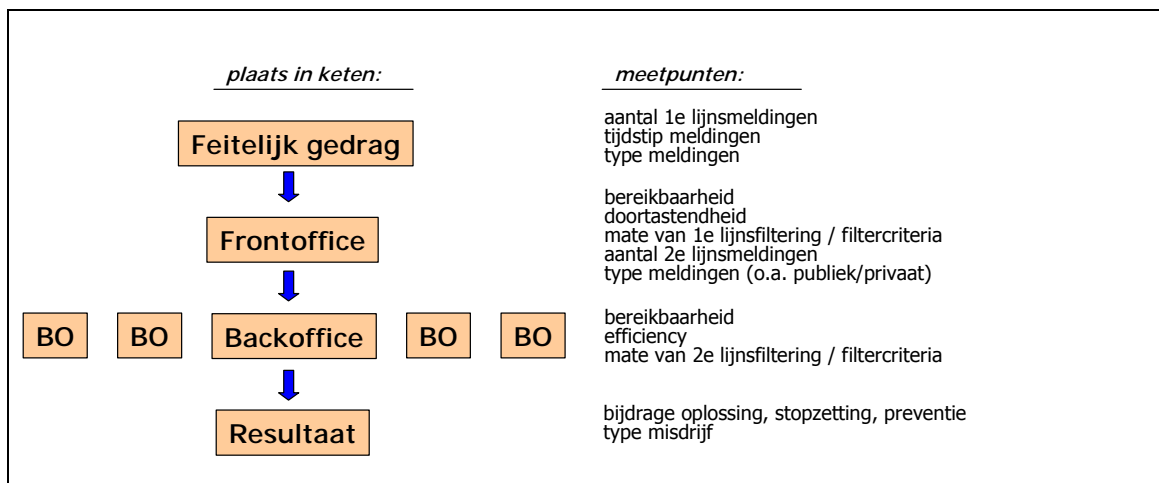
Met name angstgevoelens worden door het anonieme karakter van de meldlijn weggenomen, waardoor men zich vrijer voelt om zaken te melden. De meldlijn zou drempelverlagend werken, te meer daar een anonieme melding minder tijd in beslag neemt dan een officiële aangifte. Tegenstanders waarschuwen voor misbruik en wijzen op het gebrek aan toetsingsmogelijkheden. Ze vinden de methode 'laf' en verafschuwen het klikkarakter. Twijfelaars stellen een tussenweg voor, waarbij alleen in bepaalde gevallen of alleen voor bepaalde delicten anoniem kan worden gemeld.

De typen criminaliteit waarvoor men M. kan bellen worden, door diegenen die van het project gehoord hebben, redelijk goed ingeschat; binnen de pilotregio's iets beter dan erbuiten. Niet alle typen vindt men echter relevant om anoniem te kunnen melden. Met name op het gebied van uitkerings-, belasting- en verzekeringsfraude, stelt men zich terughoudender op. Ook is een substantiële groep het er niet mee eens dat meldingen omtrent zwartwerken, illegale prostitutie of vreemdelingenzaken (op anonieme wijze) moeten kunnen plaatsvinden.

Tweederde van de burgers zegt in voorkomende gevallen van M. gebruik te zullen maken. Een omvangrijke groep beweert in het verleden geen aangifte te hebben gedaan van zaken, die men anoniem waarschijnlijk wel zou hebben gemeld. Redenen om niet met M. te bellen zijn, onder meer, het gemis aan persoonlijk contact, het klikkarakter, weinig vertrouwen in de politie of angst dat de anonimiteit (toch) niet gewaarborgd is. De overtuiging dat M. daadwerkelijk anoniem is, is in het afgelopen half jaar evenwel gegroeid van circa 50% naar 60%.



4 M. in de praktijk



4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk behandelt de feitelijk geregistreerde stroom van contactpogingen en meldingen, vanaf het moment dat deze de telefooncentrale in Driebergen (frontoffice) bereikt, tot aan het moment dat regionale backoffices hierover terugkoppeling geven. Dit kan inhouden dat zij een resultaat bevestigen, of aangeven dat meldingen (tot dan toe of definitief) onbruikbaar zijn gebleken, of niet (kunnen) worden behandeld. Deze stroom van informatie geeft het feitelijk gedrag van burgers, frontoffice, backoffices en recherche-eenheden weer. Voor een nadere beschouwing van achterliggende factoren, die in het tussenliggende proces een rol spelen, wordt verwezen naar hoofdstuk 5.

Gehanteerde definities

Contactpoging	Iedere keer dat 0800-7000 wordt gekozen.
Melding	Ieder gesprek dat daadwerkelijk wordt gevoerd.
M.-doelgroep	Gesprekken die voor M. bedoeld zijn, d.w.z. de beller heeft de intentie om anoniem kennis te geven van daders van crimineel gedrag. Niet voor spoedeisende situaties (1-1-2), niet-spoedeisende politieassistentie (0900-8844) of plaagbellers, etc.
Behandelbare melding	Melding binnen de M.-doelgroep die voldoet aan kwaliteitscriteria: de melding bevat relevante informatie, betreft specifieke daders, goederen, lokatie en/of gebeurtenis én maakt duidelijk bij welke backoffice(s) de melding in behandeling kan worden genomen.
Bruikbare melding	Behandelbare melding, die door een backoffice als bruikbaar is bestempeld.
Onderzochte melding	Bruikbare melding, die in onderzoek wordt betrokken.
Resultaatmelding	Iedere onderzochte melding, die heeft geleid tot aanhouding van personen, vondst van goederen, oplossing van misdrijven of het voorkomen daarvan.

4.2 Contactpogingen

Gedurende de pilot worden alle contactpogingen met de meldlijn geregistreerd door de telefooncentrale en gesprekken gecategoriseerd door medewerkers bij de M.-frontoffice te Driebergen. Op de volgende pagina is een tabel weergegeven met de geregistreeerde gegevens per maand. In de tabel is de onderzoeksperiode in twee delen gesplitst, om zo het meldgedrag van burgers en de filtering van meldingen door de frontoffice in de aanlooperperiode te kunnen scheiden van de latere maanden, die een meer stabiel karakter vertonen.

- Uit de gegevens blijkt dat het telefoonnummer 0800-7000 per maand gemiddeld 4.000 maal wordt gekozen. In ongeveer de helft van de gevallen (ca. 2.000) komt het tot een gesprek met een frontoffice medewerker. De andere helft belt buiten openingstijd, is geblokkeerd wegens eerder misbruik van de lijn, hangt tijdens de meldtekst met informatie over de meldlijn op, bevindt zich in een te lange wachtrij, of krijgt op andere manier geen verbinding.
- In de eerste maand was het aantal contactpogingen meer dan tweemaal zo groot (ruim 9.300). Ondanks een verzwaarde bezetting kon een groot deel van de bellers niet te woord worden gestaan, door capaciteitsgebrek en technische problemen bij de frontoffice. Bovendien kreeg de toch al druk bezette lijn te maken met relatief veel nieuwsgierige bellers die na de meldtekst al ophingen. In de daaropvolgende maanden verminderde de omvang van deze problemen en wierp het beleid om plaagbellers te blokkeren haar vruchten af.
- In de eerste vier maanden (periode A) werd gemiddeld 80% van de totstandgekomen gesprekken tot de M.-doelgroep gerekend, overeenkomstig de verwachting zoals opgenomen in het projectplan. Omdat een groot deel van de bellers een melding maakte die niet aan de kwaliteitscriteria van de frontoffice voldeed (melding dient twee of meer concrete gegevens te bevatten) of slechts informatie over de meldlijn vroeg, kon in de eerste maand slechts 13% van de M.-meldingen worden doorgestuurd naar een backoffice. Na commentaar van backoffices, dat tot verscherping van de criteria heeft geleid, en extra training van frontoffice medewerkers verbeterde de kwaliteit van de meldingen en steeg het aandeel *behandelbare meldingen* snel naar 20%.
- Opvallend is dat vanaf januari 2003 (periode B) relatief minder meldingen tot de M.-doelgroep worden gerekend. Tegelijkertijd daalt echter het aandeel niet-behandelbare meldingen, waardoor het aandeel behandelbare meldingen onveranderd eenvijfde blijft. Drie factoren liggen ten grondslag aan deze ontwikkeling. Ten eerste is de aanvangsgolf van meldingen op dat moment gestabiliseerd. Anderzijds is er duidelijk sprake van toenemend misbruik van 0800-7000 en dat wordt bovendien door medewerkers eerder in het gesprek onderkend. Mede hierdoor is de frontoffice beter in staat om de geboden informatie om te zetten in behandelbare meldingen.

Tabel 4: Belstatistieken frontoffice M.

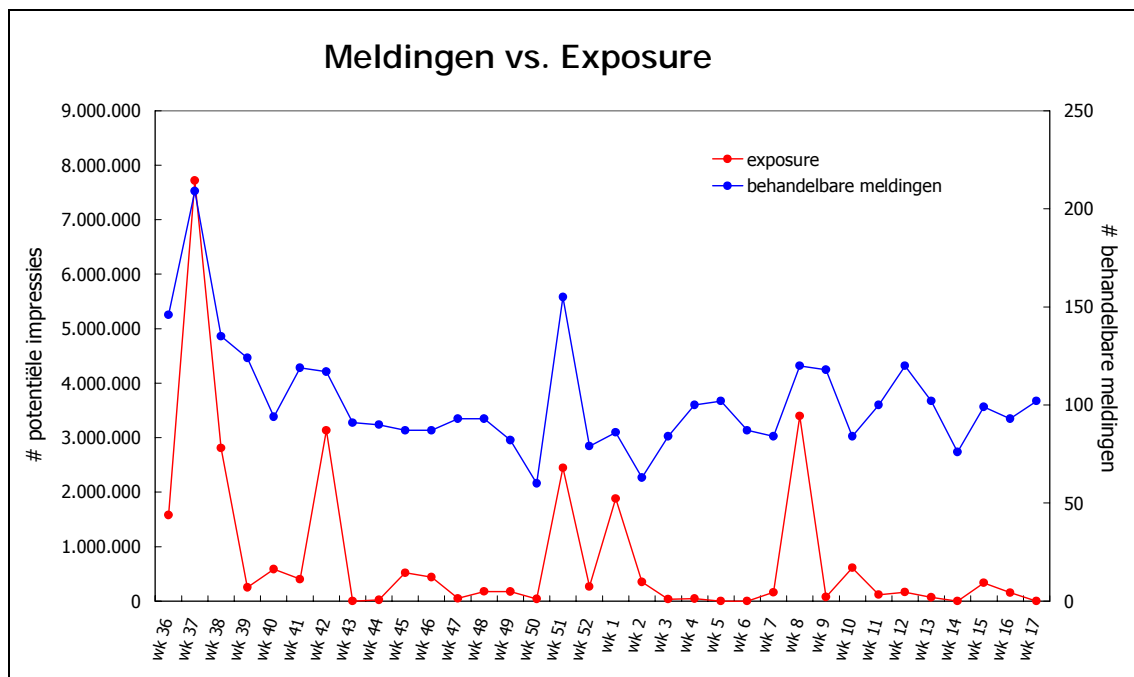
Periode A	sept. '02		okt. '02		nov. '02		dec. '02		totaal aantal	per. A %
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%		
<i>bedoeld voor M.</i>										
M. melding behandelbaar	640	13	461	21	384	21	424	22	1.909	17
M. melding niet behandelbaar	3.247	64	888	41	977	54	902	46	6.014	55
M. informatie opgevraagd	500	10	75	3	75	4	50	3	700	6
	4.387	87	1.424	66	1.436	79	1.376	71	8.623	79
<i>niet bedoeld voor M.</i>										
1-1-2 en 0900-8844	150	3	94	4	95	5	77	4	416	4
Bommeldingen	2	0	2	0	2	0	2	0	8	0
misbruik	300	6	508	23	145	8	322	17	1.275	12
overige niet voor M.	200	4	142	7	147	8	171	9	660	6
	652	13	746	34	389	21	572	29	2.359	21
gevoerde gesprekken	5.039	100	2.170	100	1.825	100	1.948	100	10.982	100
melder vroegtijdig opgehangen	702	16	262	14	62	4	156	9	1.182	12
meldtekst wachtrij vol	128	3	80	4	0	0	36	2	244	3
geen verbinding	1.603	37	295	15	293	19	290	16	2.481	26
meldtekst geblokkeerd nummer	301	7	463	24	534	35	429	24	1.727	18
buiten openingstijd	1.559	36	825	43	629	41	870	49	3.883	41
overige contactpogingen	4.293	100	1.925	100	1.518	100	1.781	100	9.517	100
totaal 0800-7000	9.332		4.095		3.343		3.729		20.499	
Periode B	jan. '03		feb. '03		mrt. '03		apr. '03		totaal aantal	per. B %
	aantal	%	aantal	%	aantal	%	aantal	%		
<i>bedoeld voor M.</i>										
M. melding behandelbaar	378	19	410	21	491	21	405	18	1.684	20
M. melding niet behandelbaar	515	26	440	22	582	24	608	27	2.145	25
M. informatie opgevraagd	81	4	97	5	140	6	142	6	460	5
	974	50	947	48	1.213	51	1.155	51	4.289	50
<i>niet bedoeld voor M.</i>										
1-1-2 en 0900-8844	98	5	110	6	128	5	106	5	442	5
Bommeldingen	1	0	0	0	1	0	2	0	4	0
misbruik	622	32	575	29	786	33	686	30	2.669	31
overige niet voor M.	253	13	334	17	263	11	306	14	1.156	14
	974	50	1.019	52	1.178	49	1.100	49	4.271	50
gevoerde gesprekken	1.948	100	1.966	100	2.391	100	2.255	100	8.560	100
melder vroegtijdig opgehangen	96	5	93	6	225	10	133	6	547	7
meldtekst wachtrij vol	0	0	4	0	70	3	65	3	139	2
geen verbinding	379	20	275	17	305	14	270	12	1.229	16
meldtekst geblokkeerd nummer	609	32	583	36	873	40	954	44	3.019	38
buiten openingstijd	817	43	671	41	732	33	752	35	2.972	38
overige contactpogingen	1.901	100	1.626	100	2.205		2.174		7.906	100
totaal 0800-7000	3.849		3.592		4.596		4.429		16.466	

Bron: Telefooncentrale frontoffice M. en turfstatistieken telefonistes.

4.3 Behandelbare meldingen

In onderstaande figuur is het totaal aantal behandelbare meldingen per week weergegeven. Dit aantal wordt afgezet tegen de media-aandacht in die betreffende week (zie hoofdstuk 2).

Figuur 7: Meldingen en exposure



Bron: Database frontoffice M. per 1-5-2003 en analyses media-exposure TrendLight International.

N.B.: De gegevens betreffen het totaal van behandelbare meldingen, zowel pilot- als niet-pilot. Ook de media-aandacht betreft de landelijke exposure, gemeten aan de hand van free publicity in de geschreven pers.

Uit de grafiek kan worden afgeleid:

- Er is sprake van een sterke correlatie* tussen de gemeten media-aandacht in een bepaalde periode en het aantal behandelbare meldingen dat bij de frontoffice binnenkomt.
- Ook in perioden zonder noemenswaardige media-aandacht, is sprake van een substantieel (basis-) aantal meldingen.
- De piek in week 12 kan verklaard worden door een uitgebreide introductie van M. in het tv-programma Opsporing Verzocht. Vanaf dat moment wordt M. incidenteel gekoppeld aan zaken die in dat programma behandeld worden.

* De correlatie tussen aandacht en aantal meldingen in de weergegeven periode is $r=0,78$.

Onderstaand is het aantal behandelbare meldingen per weekdag opgenomen:

Tabel 5: Aantal behandelbare meldingen per weekdag

	totaal	gemiddeld	%
zondag	202	6,7	7%
maandag	527	17,6	18%
dinsdag	457	15,2	16%
woensdag	512	17,1	18%
donderdag	488	16,3	17%
vrijdag	434	14,5	15%
zaterdag	247	8,2	9%

Bron: Database frontoffice M. per 1-5-2003

N.B.: Analyse op basis van week 40 (2002) t/m week 17 (2003).

In het weekend worden aanzienlijk minder vaak behandelbare meldingen ontvangen dan doordeweeks. 's Maandags lijkt relatief vaak gebeld te worden. Een verband met het uitzendtijdstip van het tv-programma Opsporing Verzocht kan echter niet worden aangetoond, ondanks dat de telefoonlijn voor M. op maandagavond langer is opengesteld, tot 24.00 uur in plaats van 22.00 uur.

Van de behandelbare meldingen valt ongeveer 50% binnen de pilotregio's. In de eerste maanden was dit aandeel iets groter (circa 55%). Uit deze constatering blijkt dat M., ondanks een regionale insteek, door velen als een landelijk instrument wordt gezien. Van de niet-deelnemende politieregio's krijgen de regio's Rotterdam Rijnmond en Midden en West Brabant relatief veel (behandelbare) meldingen te verwerken. Omdat geen pilotafspraken zijn gemaakt met deze korpsen, is over de behandeling van deze meldingen echter niet veel bekend. De evaluatie concentreert zich dan ook met name op de pilotregio's.

De precieze onderverdeling van behandelbare meldingen naar regio's en criminaliteitsklassen is in de volgende tabel weergegeven. Hierbij is wederom onderscheid gemaakt naar de eerste vier maanden van het project (periode A: eind 2002) en de vier daaropvolgende maanden (periode B: begin 2003).

Voor de meeste regio's geldt dat –als gevolg van het uitwerkend effect van de startperiode– het aantal meldingen begin 2003 circa 10% lager ligt dan het niveau eind 2002. Opvallend is dat het aantal behandelbare meldingen voor Utrecht met eenderde en voor Twente zelfs met de helft is afgenomen.

Tabel 6: Behandelbare meldingen per criminaliteitsklasse, per backoffice, per periode

Criminaliteitsklasse	Utrecht			Twente			IJsselland			Haaglanden			A'dam-Amst.			Verb.v.Verz.			totaal PILOT			rest NL		
	periode			periode			periode			periode			periode			periode			periode					
	A	B	%	A	B	%	A	B	%	A	B	%	A	B	%	A	B	%	A	B	%	A	B	%
Drugshandel	123	96	40	43	28	42	28	27	48	103	104	35	92	75	35	4	3	4	393	333	35	375	417	43
Vreemdelingenzorg	27	12	7	2	2	2		1	1	61	66	22	43	55	21	1	1	1	134	137	13	51	80	7
Diefstal	31	29	11	6	4	6	5	7	11	19	13	5	10	15	5	28	21	29	99	89	9	51	62	6
Fraude	16	11	5	5	6	6	2	6	7	17	13	5	15	19	7	33	20	32	88	75	8	84	82	9
Rest veiligheid*	13	12	5	17	5	13	3	1	4	8	12	3	6	8	3	1	5	4	48	43	4	29	45	4
Rest maatsch. integrit.t.*	15	5	4	7	2	5		3	3	11	5	3	22	4	6	3		2	58	19	4	46	25	4
Illegaal vuurwerk	16		3	10		6	6		5	30		5	4		1	2		1	68	0	3	60	2	3
Moord, doodslag	11	7	3	1		1	1	1	2	5	17	4	8	11	4		2	1	26	38	3	49	32	4
Mishandeling	11	7	3	4	2	4	4		4	7	6	2	8	1	2	1	1	1	35	17	3	28	9	2
Bedreiging	8	5	2	5	3	5			0	6	8	2	10	4	3		1	1	29	21	2	34	16	3
Zedenmisdrif	26	4	5	1		1	2		2	9	2	2	5	1	1			0	43	7	2	28	12	2
Wapenhandel	7	5	2			0	1		1	1	14	3	5	9	3	2		1	16	28	2	12	27	2
Overige vermog.delicten	7	6	2	3	2	3		1	1	5	3	1	3	7	2	5	1	4	23	20	2	15	16	2
Brand / ontploffing	3		1	2		1	3		3	5	2	1	2	3	1	3	11	8	18	16	2	9	14	1
Overval	4	5	2		2	1	2		2	10	3	2	5		1			0	21	10	2	9	12	1
Vernieling / zaakbesch.	2	4	1	3		2		5	4	1	3	1	2	1	1		7	4	8	20	1	6	10	1
Mensenhandel/smokkel	2	1	1	1	1	1			0	9	1	2	3	3	1			0	15	6	1	20	8	2
Voertuig criminaliteit	1	2	1			0		2	2		1	0		1	0	2	5	4	3	11	1	1	6	0
Milieu	1	3	1	1		1		1	1	4		1	2	1	1			0	8	5	1	6	10	1
Straatroof	3	3	1		1	1			0			0	1	2	1		1	1	4	7	1	1	2	0
Verkeersongevallen	1	1	0	2		1	1	1	2			0	1		0	2	2	2	7	4	1	2	3	0
Kinderporno	2		0			0			0			0	2		0			0	4	0	0	6	5	1
Terreur		1	0			0			0			0		2	0			0	0	3	0		6	0
Zakkenrollerij		1	0			0			0			0			0			0	0	1	0		3	0
	330	220	100	113	58	100	58	56	100	311	273	100	249	222	100	87	81	100	1148	910	100	925	901	100

Bron: Database frontoffice M. per 1-5-2003

N.B.: Periode A: september t/m december 2002. Periode B: januari 2003 t/m april 2003. Meldingen zijn incidenteel aan meerdere backoffices verzonden en kunnen soms ook meerdere criminaliteitsklassen tegelijk betreffen. Dit verklaart het verschil tussen het werkelijke aantal behandelbare meldingen (3.593) en de aantallen in bovenstaande tabel (totaal 3.884).

Met betrekking tot de aard van de gemelde zaken valt het volgende op:

- Meer dan eenderde van alle behandelbare meldingen binnen de pilotregio's betreft een melding over drugs, waaronder veel gemelde locaties van wietplantages. Voor IJsselland bestaat de helft van alle M.-meldingen uit drugszaken.
- In Haaglanden en Amsterdam-Amstelland wordt daarnaast vaak gemeld over illegale vreemdelingen (ruim 20%).

* De voor M. bedoelde criminaliteitsklassen zijn geselecteerd uit de resultaatgebieden veiligheid, leefbaarheid of maatschappelijke integriteit, zoals opgenomen in het Informatiemodel Nederlandse Politie. Indien een melding niet direct aan één van deze geselecteerde criminaliteitsklassen kan worden toegewezen (bijv. jeugdcriminaliteit, openlijke geweldpleging) wordt deze in een restcategorie ingedeeld.

- Over moord en doodslag, de ernstigste doeldelicten, werden gedurende de onderzoeksperiode in totaal 64 concrete tips ontvangen (buiten de pilot nog eens 81). Ook aanwijzingen over andere zware delicten, als mishandeling, bedreiging en zedenmisdrijven bereikten elk meer dan 50 maal de M.-frontoffice.
- De politieregio Utrecht ontving relatief veel meldingen over zedenmisdrijven.
- Het Verbond van Verzekeraars, de private M.-partner in de pilot, ontvangt gemiddeld 20 meldingen per maand, hoofdzakelijk met betrekking tot fraude en diefstal. Het aandeel meldingen over brand/ontploffing en vernieling/zaakbeschadiging is evenwel groeiend.
- In enkele gevallen werd via M. gewezen op een (vermeende) terreuraanslag.
- Het koppelen van M. aan de aanpak van illegaal vuurwerk is een voorbeeld van een regionaal ontstaan project, dat eind 2002 in alle regio's tot relatief veel tips heeft geleid.
- De aard van meldingen verschilt, op de afwijkende verdeling in enkele grote steden na, nauwelijks tussen pilot- en niet-pilotregio's.

4.4 Bruikbaarheid meldingen

Middels een systeem met afloopberichten worden door backoffices gegevens teruggekoppeld over de status en eventueel resultaat van de behandelbare meldingen die zij van de frontoffice ontvangen. In principe wordt na één maand, respectievelijk drie maanden, een formele terugkoppeling verlangd. Zolang niet aangegeven is dat het een laatste afloopbericht betreft, kan om nieuwe terugkoppeling verzocht worden. De invoering van dit systeem heeft veel voeten in de aarde gehad en functioneert niet optimaal (zie ook hoofdstuk 5). Desondanks levert de output een indicatief inzicht in de bruikbaarheid van M.-meldingen.

De beschikbaarheid van informatie hangt sterk af van de periode die verstreken is nadat de initiële melding aan de backoffice is verstuurd (zie tabel 7).

Tabel 7: Mate van terugkoppeling van meldingen

melding in maand	terugkoppeling door pilot backoffices	terugkoppeling door niet-pilot backoffices
september 2002	76%	16%
oktober 2002	69%	21%
november 2002	72%	21%
december 2002	68%	26%
januari 2003	53%	18%
februari 2003	55%	10%
maart 2003	44%	32%
april 2003	11%	7%

Bron: Database frontoffice M. per 1-5-2003.

N.B.: Analyse per 1 mei 2003. Van meldingen ontvangen in april was op dat moment nog geen afloopbericht vereist. Het gearceerde deel van de teruggekoppelde meldingen is gebruikt ten behoeve van analyses. Gemiddeld is over die periode 64% van de meldingen voorzien van een afloopbericht.

In geval van pilot backoffices is, één maand na de melding, ongeveer 40% en drie maanden na de melding bijna 60% van de meldingen voorzien van een afloopbericht. Na een halfjaar is dit aandeel toegenomen tot driekwart. Voor niet-pilot backoffices geldt dat gemiddeld slechts een vijfde van alle meldingen teruggekoppeld wordt. Over de bruikbaarheid van deze meldingen worden derhalve geen gegevens getoond; dit valt bovendien buiten de scope van de evaluatie.

Bruikbaarheid

Teneinde een zo goed mogelijk beeld te krijgen van de bruikbaarheid van meldingen binnen de pilotregio's, heeft analyse van afloopberichten plaatsgevonden op meldingen uit de periode oktober 2002 tot en met januari 2003. Deze tijdsafbakening is zodanig gekozen dat iedere melding tenminste drie maanden in behandeling is geweest bij een backoffice, zodat redelijkerwijs een eerste indruk van de bruikbaarheid van de melding kan zijn gevormd. Meldingen uit de maand september zijn daarbij uitgesloten vanwege zich toentertijd voordoende onvolkomenheden in de eerstelijns filtering door de frontoffice, die, mede gelet op het hoge aantal meldingen in die maand, een niet-representatief beeld van de bruikbaarheid opleveren.

Onderstaande tabel toont de mate van bruikbaarheid van meldingen, zoals deze is getypeerd door de betreffende backoffice die de melding ontving.

Tabel 8: Bruikbaarheid meldingen per backoffice

	aantal meldingen	deel met afloopbericht	indicatie bruikbaar	niet bruikbaar	onbekend uit bericht	ondergrens bruikbaar
Utrecht	264	64%	69%	26%	5%	45%
Twente	82	42%	60%	40%	0%	25%
IJsselland	58	79%	68%	28%	4%	54%
Haaglanden	261	65%	73%	26%	1%	47%
A'dam-Amstelland	184	65%	72%	28%	0%	46%
Verb. v. Verz.	91	42%	50%	48%	2%	21%
totaal pilot	940	64%	69%	29%	2%	44%

Bron: Database frontoffice M, per 1-5-2003

N.B.: Gegevens hebben betrekking op meldingen uit de periode oktober 2002 t/m januari 2003. Uitgangspunt is het laatst bekende afloopbericht over deze meldingen. In een aantal gevallen was een bruikbaarheidsstatus van de melding niet expliciet vermeld. In ongeveer de helft van deze gevallen kon deze status wel afgeleid worden uit overige informatie (bv. aanhoudingen of vermelde redenen voor geen resultaat). De 'indicatie bruikbaarheid' van meldingen is berekend over de meldingen met afloopbericht. De 'ondergrens van bruikbaarheid' is gedefinieerd als het aantal bruikbare meldingen gedeeld door alle meldingen, waarbij de niet-teruggekoppelde meldingen als niet bruikbaar worden verondersteld.

Op basis van bovenstaande gegevens kan geconcludeerd worden dat het aandeel bruikbare meldingen op basis van beschikbare afloopberichten 69% bedraagt. Wanneer echter verondersteld wordt dat alle meldingen waarbij geen terugkoppeling heeft plaatsgevonden (eenderde van de meldingen) als 'niet bruikbaar' moeten worden aangemerkt, dient een

aandeel van 44% als ondergrens voor bruikbaarheid te worden beschouwd. Los van het feit dat twee formele terugkoppelingsmomenten binnen de gestelde onderzoeksperiode zijn afgesproken (na één maand en na drie maanden), bestaan kwalitatieve argumenten die de realiteit van de gemaakte veronderstelling onderbouwen (zie § 5.3).

Redenen niet-bruikbaar

Wanneer een melding niet bruikbaar wordt geacht, is gevraagd om hiervoor de belangrijkste reden op te geven:

- In de meeste gevallen geven backoffices aan dat er geen aanknopingspunten kunnen worden gevonden (44%) of dat gegevens niet voldoende concreet zijn om in onderzoek te betrekken (21%). Voor het Verbond van Verzekeraars zijn dit vrijwel de enige redenen om de melding 'niet-bruikbaar' te bestempelen.
- Soms bleek er geen sprake van criminaliteit (14%) of waren de verstrekte gegevens onjuist (8%).
- In een klein aantal gevallen (5%) zou de informatie van M. de melder in gevaar kunnen brengen.

Vervolg bruikbare meldingen

Van de meldingen die wel bruikbaar worden geacht, is gevraagd naar het vervolgtraject. Indicatieve gegevens hierover zijn in onderstaande tabel vermeld.

Tabel 9: Vervolgactie op bruikbare melding (indicatief)

	Utrecht	Twente	IJsselland	Haagl.	A'dam-A.	V.v.Verz.	PILOT
Nieuw onderzoek gestart	37%	38%	50%	31%	34%	19%	35%
Toegevoegd aan lopend onderzoek	31%	28%	34%	21%	25%	33%	27%
Onderzoek heropend	0%	0%	0%	1%	3%	5%	1%
(Niet ingevuld, wel vervolg)	8%	0%	0%	2%	6%	10%	5%
Onderzoek niet opgepakt	13%	14%	6%	14%	14%	14%	13%
Nog niet bekend	5%	7%	0%	16%	16%	5%	10%
Werkvoorraad	5%	14%	9%	16%	2%	14%	9%
totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	(n=119)	(n=29)	(n=32)	(n=121)	(n=88)	(n=21)	(n=410)

Bron: Database frontoffice M. per 1-5-2003

N.B.: Gegevens gebaseerd op beschikbare afloopberichten van bruikbare meldingen uit de periode oktober 2002 t/m januari 2003.

Van de bruikbare meldingen wordt in totaal tweederde in onderzoek betrokken, hetzij als nieuwe case, toegevoegd aan lopende zaken of incidenteel als heropening van een onderzoek. Voor politieregio Haaglanden geldt dit in iets mindere mate; een relatief groot deel (45%) van de bruikbare meldingen wordt voorlopig of definitief opzij gelegd. IJsselland betreft daarentegen relatief veel van de bruikbare meldingen in onderzoek.

4.5 Resultaat meldingen

Van de bruikbare meldingen die in vervolgonderzoek zijn betrokken, heeft –binnen de gestelde onderzoeksperiode van vier maanden– inmiddels circa 18% tot een positief resultaat geleid. Dit is gelijk aan circa 12% van alle bruikbare meldingen en circa 1-2% van alle voor M. bedoelde meldingen. In absolute zin gaat het om 46 resultaatmeldingen binnen de actieve pilotregio's in vier maanden; in drie gevallen betreft het meerdere delicten tegelijk.

De helft van de in onderzoek betrokken meldingen, die (nog) niet tot resultaat hebben geleid, loopt nog. Bij een ander deel (20%) is het gemelde feit niet aangetoond; in één op de tien gevallen werden de betreffende goederen of personen niet aangetroffen. Incidenteel werd 'achter het net gevist' of zit het onderzoek op een dood spoor.

Voorlopig resultaat

In de volgende tabel wordt een weergave gegeven van het aantal bruikbare meldingen, uitgesplitst naar criminaliteitsklasse en backoffice, waarbij indien van toepassing het aantal resultaatmeldingen wordt getoond. Na analyse blijkt:

- Vooral meldingen over drugs blijken in het algemeen goed bruikbaar en leiden relatief vaak tot resultaat.
- De tips over moord/doodslag en tips over zedenmisdrijven (met name in Utrecht) worden relatief vaak als bruikbaar bestempeld, maar hebben nog niet tot resultaat geleid.
- Wel kan de oplossing van enkele veiligheidszaken (o.a. mishandelingen, bedreiging, overvallen) reeds op het conto van M. geschreven worden. Ook een aantal diefstallen, vernielingen en een fraudezaak zijn met hulp van M. opgehelderd.

Tabel 10: Bruikbare meldingen en resultaatmeldingen per criminaliteitsklasse, per backoffice

Criminaliteitsklasse	PILOT		Utrecht		Twente		IJsselland		Haag-landen		A'dam-Amst.		Verb. v. Verz.	
	br.b	res.	br.b	res.	br.b	res.	br.b	res.	br.b	res.	br.b	res.	br.b	res.
Drugshandel	145	28	51	17	4	1	14		33	4	42	6	1	
Vreemdelingenzorg	55	3	10	1	1				34	2	10			
Illegaal vuurwerk	32	3	9	1	4		3		13	2	3			
Diefstal	26	2	9	2	1		2		9		3		2	
Rest veiligheid	26	4	5	2	8	1	3		6	1	3		1	
Fraude	25	1	3		3	1			4		7		8	
Zedenmisdrijf	15		12				1		2					
Moord, doodslag	14		5				1		3		5			
Mishandeling	10	2	3		2	1	3	1	1		1			
Rest maatsch. integriteit	10		2		1				3		4			
Bedreiging	8	1	3	1	3				1		1			
Brand / ontploffing	7	1	1						2				4	1
Mensenhandel/smokkel	7		1						5		1			
Overige vermog.delicten	7		2		1				1		1		2	
Overval	6	2					1		2	1	3	1		
Wapenhandel	6		1				1		2		1		1	
Milieu	3				1						2			
Vernieling / zaakbesch.	3	2					2	2					1	
Straatroof	2		1								1			
Verkeersongevallen	2		1				1							
Voertuig criminaliteit	1												1	
Kinderporno	0													
Terreur	nvt.													
Zakkenrollerij	nvt.													
	410	49	119	24	29	4	32	3	121	10	88	7	21	1

Bron: Database frontoffice M. per 1-5-2003

N.B.: Gegevens hebben betrekking op beschikbare afloopberichten van meldingen uit de periode oktober 2002 t/m januari 2003.

De getoonde aantallen geven nadrukkelijk een ondergrens aan. Over een deel van de meldingen is nog geen terugkoppeling ontvangen. Daarnaast is ca. 40% van het aantal bruikbare meldingen nog in onderzoek, zodat mogelijk op langere termijn een resultaat nog te verwachten is.

Tot slot is een overzicht opgenomen van de aard van de behaalde resultaten. Er werden veel hennepplanten en –plantages ontdekt, maar ook andersoortige misdaad werd opgelost. In totaal zijn bijna 50 aanhoudingen verricht. Tenminste eenderde van de vermelde zaken is door M. aan het licht gekomen. In tenminste een kwart van alle zaken was de informatie van M. doorslaggevend.

Tabel 11: Behaalde resultaten per criminaliteitsklasse

Criminaliteitsklasse	pers. aan-geh. #	pers. door M. be-kend	Aard van de goederen	#	Aard misdrijf opgelost	#	M. zaak door-slag-gev. licht	M. door- M. aan-gev. licht
Bedreiging					1x drugshandel		√	√
Brand / ontploffing	3				brandstichtingen	20		
Diefstal	1	√					√	√
	1		Laptop / PC	1	Straatroof	1	√	√
Drugshandel			Wietplantage	1				
		√	Hennepplantage	1				√
		√	hennepplanten		wietplantage	1	√	√
	1	√	Hennepplantage + apparatuur	1			√	√
	2		100 gram cocaine		1			
	2		Verdov. midd./ gestolen waar					
			Verdovende midd. + apparatuur					
			300 planten + apparatuur		Plantage opgerold			
	3	√	157 planten				√	√
	1		hennepplantage			1		√
	1		Hennepplanten + Materiaal		Opiumwet	1		√
			Wapens		wietplantage	1		
	1		Hennepkwekerij, 1000 planten			1		
		√	grote partij illegaal vuurwerk		2x drugshandel + vuurwerk			√
	1		hennepkwekerij	1				
			hennepplanten	260			√	√
	1		hennepplantage	1	1x drugshandel			
			hennepplantjes	26	hennepkwekerij	1		
			hennepplantage	1	idem	1		
			hennep	134	kwekerij	1		
	1		hennepplanten	236			√	√
	1		55 assimilatielampen, 21 venti		opium/wetboek van strafrecht		√	√
			1 hennepplantage					
Fraude	1							
Illegaal vuurwerk		√					√	√
	3		illegaal vuurwerk (€ 2500,-)				√	
			illegaal vuurwerk					
Mishandeling	1							
	1				1			
Overval	5							
			1 wapen (uit ander onderzoek)		4 diefstallen			
Rest veiligheid			Van toepassing				√	√
			Hennepkwekerij, 1000 planten		Ontsnap. gevangene voorkomen		√	√
	1							
Vernieling/zaakbesch.	6					1		
	6					1		
Vreemdelingenzorg	2	√						√
	1		Illegale bewoning	1				

Bron: Database frontoffice M. per 1-5-2003

N.B. De hierboven weergegeven informatie heeft uitsluitend betrekking op de pilot-backoffices en is afkomstig van (beschikbare) afloopberichten van meldingen uit oktober 2002 t/m januari 2003.

4.6 Verwachtingen en streefwaarden

Van verwachtingen en streefwaarden ten aanzien van het aantal meldingen tijdens de pilot en het aandeel bruikbare meldingen daarin, zijn verschillende versies bekend. Hierin is gedurende de pilot geen overeenstemming bereikt, ondanks een poging van Blauw Research om eenduidige normen (met afbakening van tijd en regio's) te verkrijgen van het NPC.

Toch kunnen op basis van het Projectplan M. en een brief van het Ministerie van Binnenlandse zaken en Koninkrijksrelaties (8-10-2002), waarin ook het standpunt van de begeleidingscommissie van het project wordt aangehaald, enkele relevante inzichten worden verkregen:

Ten eerste wordt in het Projectplan M. de verwachting uitgesproken dat 20% van de meldingen behandelbare informatie zou bevatten.

- Op de startmaand na, blijkt dit tot op heden inderdaad een betrouwbaar kengetal te zijn.

In de reeds genoemde brief wordt gesteld dat de Ministeries van Justitie en BZK van mening zijn dat "25.000 meldingen, waarvan 2.500 als bruikbaar kunnen worden bestempeld, dienen te gelden als reële streefwaarden om te kunnen bepalen of het project succesvol is geweest.". Dit als reactie op een voorstel van de begeleidingscommissie die aantallen van 10.000 respectievelijk 500 had voorgesteld.

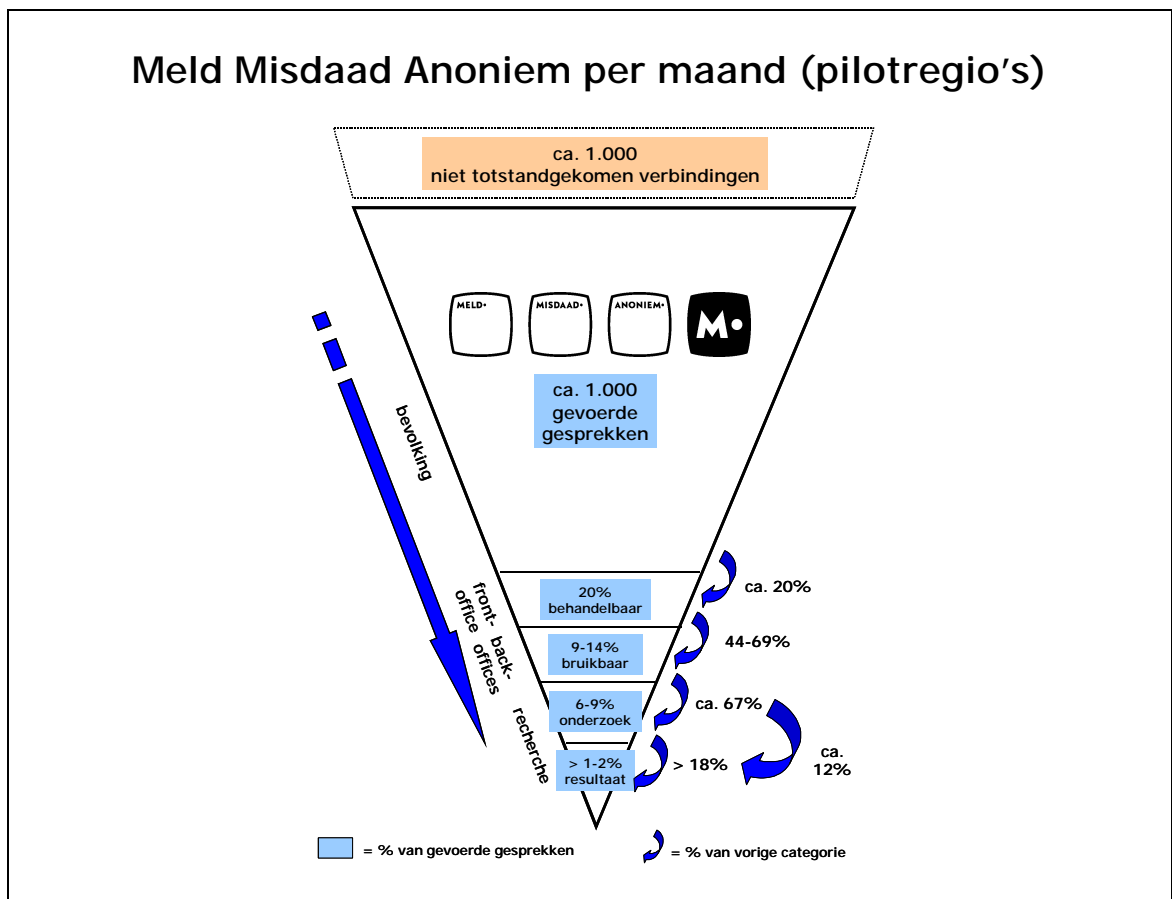
- Wat aantal meldingen betreft leert het evaluatieonderzoek dat M. iedere maand gemiddeld circa 1.000 meldingen binnen de pilotregio's (een kwart van de bevolking van Nederland) en nog eens 1.000 daarbuiten ontvangt. Blauw Research verwacht daarom dat, inclusief het grote aantal meldingen in de eerste maand, eind augustus 2003 zeker 27.500 meldingen de frontoffice zullen hebben bereikt, mits in de zomermaanden geen verandering optreedt in het huidige patroon. Grofweg de helft van deze meldingen heeft betrekking op de actieve pilotregio's.
- Ongeacht het aantal meldingen kan op basis van de onderzoeksresultaten vastgesteld worden dat het aandeel bruikbare meldingen (Ministeries: 10%; begeleidingscommissie 5%) in werkelijkheid tussen 9% en 14% ligt. Aan deze verwachtingen wordt dus (grotendeels) voldaan.

4.7 Conclusies

In de eerste maand van de pilot (september 2002) werd zeer vaak gepoogd de meldlijn van M. te bereiken; ruim tweemaal zoveel als wat later normaal bleek te zijn (gemiddeld circa 2.000 contactpogingen per maand binnen de pilot). Opmerkelijk is het relatief grote aantal meldingen dat voor backoffices buiten het pilotgebied bestemd is. Het aantal meldingen had vermoedelijk nog iets hoger kunnen uitvallen, wanneer ruimere openingstijden zouden zijn gehanteerd.

Na acht maanden, waarin misbruik van de lijn weliswaar is toegenomen tot circa 30%, maar plaagbellers automatisch worden geweerd bij herhalingspogingen, kunnen globaal de volgende kerncijfers worden vastgesteld.

Figuur 8: Indicatieve weergave stroom M.-meldingen per maand in pilotregio's



N.B.: Cijfers hebben uitsluitend betrekking op pilotregio's. Deze regio's maken circa een kwart van de bevolking uit. Een ongeveer gelijk aantal gesprekken (1.000) heeft betrekking op de rest van Nederland (driekwart bevolking).

Het merendeel van de behandelbare meldingen (20% van alle gesprekken), die aan de kwaliteitseisen van de frontoffice voldoen, betreft drugsdelicten (35%), op enige afstand gevolgd door meldingen op het gebied van vreemdelingenzorg (13%), vooral in de grote steden), diefstal (9%) en fraude (8%). Ook tips over moord, zedendelicten, bedreiging en andere zware typen misdaad worden met enige regelmaat aan een backoffice doorgestuurd. De regiopolitie in grote steden (Utrecht, Haaglanden en Amsterdam-Amstelland) ontvangt gemiddeld 60 meldingen per maand; IJsselland en Twente ontvangen per maand ieder gemiddeld 14 meldingen. Het Verbond van Verzekeraars kan rekenen op 20 meldingen per maand, die vaak tegelijkertijd aan een regionaal korps worden verzonden. Overigens bestaat een duidelijk verband tussen de hoeveelheid media-aandacht in een week en het aantal meldingen dat bij de frontoffice in die periode wordt ontvangen. Dit geeft aan dat continue media-aandacht belangrijk is.

Tenminste 44% tot maximaal circa 69% van de behandelbare meldingen wordt later door backoffices als bruikbaar bestempeld. Ten opzichte van alle M.-meldingen betekent dit dat ongeveer 9-14% van de meldingen bruikbaar blijkt; dat is meer dan door de projectleiding ingeschat. De genoemde marges zijn het gevolg van suboptimale terugkoppeling tijdens de pilot.

Tweederde van de bruikbare meldingen wordt ook daadwerkelijk in onderzoek betrokken, waarbij tot nu toe één op de vijf onderzochte gevallen een concreet resultaat heeft opgeleverd. In totaal konden bijna 50 aanhoudingen plaatsvinden. Hoewel grotendeels drugsdelicten (bijna 6 op de 10), is in de betreffende periode ook resultaat geboekt met betrekking tot enkele overvallen, mishandelingen, bedreiging en andere veiligheidszaken. Een ontsnapping van een gevangene werd voorkomen. Daarnaast werd veel illegaal vuurwerk aangetroffen, werden verschillende brandstichtingen verklaard en werden diefstal, fraude en enkele vernielingen opgehelderd. Ook werden enkele illegalen aangehouden. Hoewel over meldingen uit de periode oktober 2002-januari 2003 (vooralsnog) geen aanhoudingen met betrekking tot moord, doodslag of zedendelicten kunnen worden gemeld, worden de tips hieromtrent zeer bruikbaar geacht door de betreffende backoffices.

Al met al is de verwachting dat 1 á 2% van alle gesprekken in de frontoffice tot aanhoudingen, oplossing of voorkoming van misdrijven leidt en circa 12% van de bruikbare meldingen tot een resultaat leidt. Deze cijfers komen overeen met recente ervaringen in Engeland met het project Crimestoppers (*Evaluating the impact of Crimestoppers, Home Office, 2003*). Het aandeel kan licht groeien, omdat van langlopende zaken in de huidige onderzoeksperiode nog geen resultaat mag worden verwacht.



5 M. achter de schermen

5.1 Inleiding

Synchroon aan het cijfermatig onderzoek heeft een kleinschalig kwalitatief onderzoek plaatsgevonden, waarbij de processen rond Meld Misdaad Anoniem bij de verschillende deelnemende organisaties in kaart gebracht zijn. Hierbij is onderzocht welke invloed de inrichting van deze processen heeft gehad op de manier waarop met meldingen omgegaan is en wat dit uiteindelijk heeft betekend voor de bruikbaarheid van de meldingen en de resultaten die ermee geboekt zijn. In totaal zijn 15 diepte-interviews gehouden met sleutelpersonen bij de frontoffice, de actieve backoffices en het projectbureau.

Met de beschrijving van de resultaten wordt inzicht gegeven in de procedures die gevolgd worden bij de verschillende betrokkenen organisaties (frontoffice, backoffices: politiekorpsen en Verbond van Verzekeraars). Hierbij wordt aangegeven welke afwegingen vervolgens in de verschillende stadia gemaakt worden, wie daar bij betrokken zijn, welke overwegingen een rol spelen en welke factoren van invloed zijn op de afwegingen die daarbij worden gemaakt. Tenslotte wordt beschreven hoe men vervolgens de uiteindelijke bruikbaarheid percipieert en evalueert.

5.2 Frontoffice

De meldingen komen binnen bij de frontoffice. De frontoffice is ondergebracht bij het KLPD in Driebergen, bij het callcentre dat ook verantwoordelijk is voor de aanname van de 112-meldingen en de 0900-8844 telefoontjes. Een aantal medewerkers die deze telefoontjes aanneemt (agents genaamd) is bijgeschoold om ook de telefoontjes in het kader van de anonieme meldlijn aan te nemen. Tijdens de openingsuren van de meldlijn is steeds een aantal telefoonlijnen en agents beschikbaar voor M.

De registratie van een melding gebeurt in een registratiesysteem op de pc. Uit dit systeem wordt een bericht gegenereerd dat gecombineerd met een leeg afloopbericht per email verstuurd wordt aan de backoffices. Wanneer er twijfel bestaat over de kwaliteit van de melding of over de backoffice waarnaar de melding verstuurd dient te worden, wordt ruggespraak gehouden met de supervisor.

De meldingen

Na de start van de pilot had de frontoffice duidelijk moeite met de aard van de gesprekken die gevoerd worden in het kader van de anonieme meldlijn. Bij de 112 en bij de 0900-8844 servicegesprekken waaraan zij gewend waren, gaat het vooral om korte gesprekken waarbij

slechts een klein aantal zaken aan de orde dient te komen (namelijk: bij 112 - gebeurtenis, plaats en benodigde hulpdienst, bij 0900-8844 - wat beoogt men, met wie wil men spreken). De meldingen in het kader van M. zijn veelal emotioneler, uitgebreider van aard en verlopen zelden volgens dezelfde structuur:

- Door de diversiteit aan onderwerpen is het moeilijk een vast gespreksformat te vinden.
- Niet alle bellers vertellen even gestructureerd wat er aan de hand is.
- De anonimiteit heeft implicaties voor de vrijheid van spreken.
- Melders kunnen erg geëmotioneerd zijn wanneer het gepleegde misdrijf hen of hun directe omgeving aangaat.
- Tijdens het gesprek dient een aantal essentiële zaken aan de orde te komen om de melding ook bruikbaar te maken.
- Een groot deel van de telefoontjes is niet bedoeld voor M. (plaagbellers, meldingen voor 112 of 0900-8844).

Bovenstaande aspecten vergen een grote mate van inlevingsvermogen, flexibiliteit en doorzettingsvermogen van de medewerkers die aan de telefoon zitten bij de frontoffice. Bij elk gesprek dient opnieuw afgetast te worden met wat voor soort persoon en met welk type gesprek men te maken heeft, hoe serieus de melding is en hoeveel informatie er beschikbaar is. Het uitgangspunt hierbij is dat primair de melding opgenomen wordt, zoals deze door de beller verwoord wordt, zonder dat men vervalt in een 'verhoor'. De melding wordt echter bruikbaarder naar mate er meer informatie gegeven wordt. Het stellen van gerichte vragen kan het gesprek structureren en de melding verrijken, waardoor de kwaliteit van de melding hoger wordt.

De kwaliteit van de meldingen wordt in grote mate bepaald door de specificiteit van de gegevens. Hoe meer details bekend zijn over het voorval waar de melding betrekking op heeft, hoe groter de toegevoegde waarde is voor deelnemende organisaties. Hierin ligt namelijk het verschil tussen de behandelbaarheid van het bericht en de uiteindelijke bruikbaarheid van het bericht:

- Behandelbaar is het bericht wanneer minimaal twee van de volgende zaken bekend zijn: concrete persoon, concrete goederen, concrete locatie, concrete gebeurtenis. In de protocollen is gesteld dat wanneer dit het geval is, de gegevens concreet genoeg zijn om een onderzoek in te stellen. De melding wordt dan ook op basis van dit criterium doorgestuurd naar de backoffices van de deelnemende organisaties.
- Volgens de kwaliteitseisen van het project is het bericht bruikbaar wanneer de informatie concreet genoeg is om er mee aan de slag te kunnen, relevante informatie bevat over specifieke daders en/of omstandigheden en kan bijdragen aan de oplossing van een ernstig misdrijf of een reeks van misdrijven, fraudezaken daaronder begrepen. Het bericht wordt echter bruikbaarder wanneer er meer informatie beschikbaar is om een inschatting te maken over de omvang of de ernst van het delict waar het om gaat. Deze

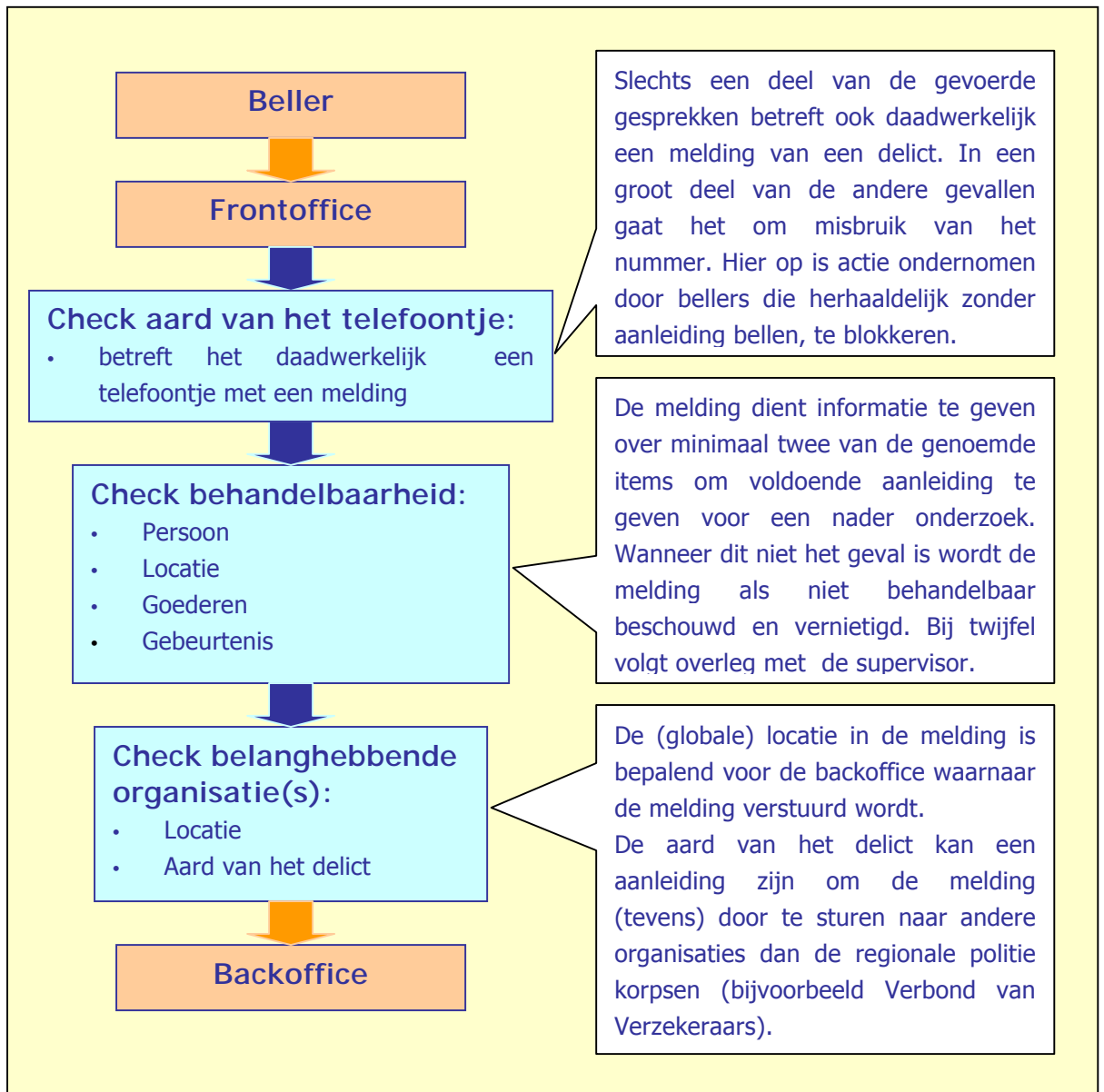
details zijn namelijk sterk van invloed op de prioriteit die wordt gesteld bij het in behandeling nemen van meldingen. De melding kan dan bijvoorbeeld strikt genomen (volgens de protocollen en kwaliteitseisen) wel behandelbaar en bruikbaar zijn (de melding geeft informatie over een voorval en / of over degenen die daarbij betrokken zijn) maar geeft te weinig aanknopingspunten om ook daadwerkelijk prioriteit te stellen bij de opsporing.

Zowel uit de analyse van de resultaten (zie § 4.2) als uit de gesprekken met de betrokken medewerkers van de backoffices blijkt dat de medewerkers van de frontoffice gedurende de pilot steeds beter in staat zijn de telefoongesprekken om te zetten in behandelbare meldingen. Dit wordt bewerkstelligd door goed en gestructureerd door te vragen op belangrijke details. De input hiervoor wordt gegeven vanuit een (door het projectbureau geïnitieerd) regulier overleg tussen de frontoffice, backoffices en het projectbureau zelf.

Belangrijk om op te merken is overigens dat hoe gedetailleerder de melding is, hoe groter de kans is dat de anonimiteit van de beller niet altijd gewaarborgd blijft. Soms is de informatie die de beller geeft van dien aard dat door simpele verbanden te leggen gemakkelijk achterhaald kan worden wie de beller geweest kan zijn. (Een veel gebruikt voorbeeld: "mijn buurman heeft een delict gepleegd" waarbij ook de naw-gegevens van deze buurman gegeven worden.) De frontoffice is er op gefocust dit te voorkomen door melders te waarschuwen en meldingen zorgvuldig te formuleren voordat deze worden doorgestuurd. De betrokken partijen vinden dat dit ook vooral een verantwoordelijkheid van de frontoffice is. De frontoffice maakt namelijk geen deel uit van de politieorganisatie waardoor zij de mogelijkheid heeft op een andere manier met de informatie om te gaan dan de politie zelf. Op het moment dat de melding eenmaal bij de politie binnen is, is zij min of meer verplicht alle informatie mee te nemen in een eventueel strafrechtelijk onderzoek. Hoewel alle partijen er naar streven om hier zeer zorgvuldig mee om te gaan, zijn zij van mening dat niet in honderd procent van de gevallen voorkomen kan worden dat de identiteit van de melder bekend wordt. Wanneer de gegevens uit de melding gecombineerd worden met reeds bij de politie beschikbare gegevens, is het immers in sommige gevallen onvermijdelijk dat er conclusies getrokken kunnen worden over de identiteit van de melder. Dit probleem doet zich ook voor bij andere onderzoeken waar geanonimiseerde getuigen of informanten worden gebruikt.

Onderstaand schema geeft een overzicht van de afwegingen die gemaakt worden bij de frontoffice op basis van een melding.

Figuur 9: Afwegingen frontoffice



Registratie van meldingen door de frontoffice

Afhankelijk van wat gemeld wordt verzendt de frontoffice de melding aan één of meerdere backoffices. De registratie van de frontoffice en het formulier dat de zij vervolgens verzendt is opgedeeld in drie delen:

- De A-registratie bestaat uit de volgende achtergrondgegevens:
 - Meldingsnummer (elk melding krijgt een unieke code)
 - Voor welke backoffice bestemd
 - Datum verzending naar backoffice(s)
 - Spoedeisend / niet spoedeisend
 - Klassenindeling criminaliteitsveld
 - Kwaliteitsaanduiding melding
 - Concrete persoon
 - Concrete goederen
 - Concrete locatie
 - Concrete gebeurtenis
 - Anonieme / niet anonieme melding
 - Beloning gevraagd
 - Beloning regeling bijzondere opsporingsgelden gevraagd
 - Naar aanleiding waarvan belt men (televisieprogramma, krantenartikel, etc.)
- De B-registratie, bestaande uit het inhoudelijke verslag van de melding.
- De C-registratie, betreft de afloopberichten (welke ingevuld teruggestuurd dienen te worden door de backoffices).

In aanloop tot de pilot heeft het projectbureau M. op basis hiervan een aan een database gekoppeld Word-formulier ontworpen, welke gebruikt zou dienen te worden voor de registratie van de meldingen. De verschillende registratieonderdelen (A, B en C) komen hierin terug. Het formulier is zo opgesteld dat gebruikers zoveel mogelijk kunnen registreren door middel van het aankruisen van relevante opties, zonder zaken tekstueel te hoeven omschrijven (afgezien van het inhoudelijk verslag van de melding door de frontoffice). Door middel van het gebruik van skips in het formulier wordt vermeden dat gebruikers geconfronteerd worden met niet relevante vragen. Hiermee is gepoogd de registratie-inspanning die geleverd dient te worden zo laag mogelijk te houden. Een bijkomend voordeel van het formulier is dat de gegevens achteraf ingelezen kunnen worden in de database.

Als gevolg van een misverstand tussen projectbureau en frontoffice heeft de frontoffice in eerste instantie een eigen database ontworpen waarin zij de meldingen is gaan registreren. Hierbij werd geen rekening gehouden met de gewenste functionaliteit van het door het projectbureau ontworpen sjabloon met betrekking tot de invoervelden en de skips. Het projectbureau vernam pas kort voor de start van de pilot dat de frontoffice op eigen initiatief een database ontwikkeld had. Desondanks heeft het projectbureau besloten de pilot met de beschikbare programmatuur in te gaan.

Na de introductie bleek dat het afloopbericht niet aan het gestelde format voldeed. Hierdoor versilde het document sterk ten opzichte van het oorspronkelijke document en was de gebruiksvriendelijkheid minder groot. Dit formulier heeft tot veel onduidelijkheden geleid, wat ten koste is gegaan van de mate waarin geregistreerd is en de kwaliteit van registratie. Op aandringen van het projectbureau is er vanaf 1 februari 2003 alsnog gewerkt met het oorspronkelijk bedoelde systeem van afloopberichten. Gaandeweg heeft dit geleid tot een kwantitatief en kwalitatief betere registratie.

Een analyse van de geregistreerde gegevens leert dat de problemen zich vooral voordeden bij de C-registratie: de afloopberichten. De A- en B-registratie worden namelijk door de frontoffice zelf rechtstreeks in de database ingevoerd. De A- en B-registratie zijn eenduidig en hebben niet tot noemenswaardige problemen geleid.

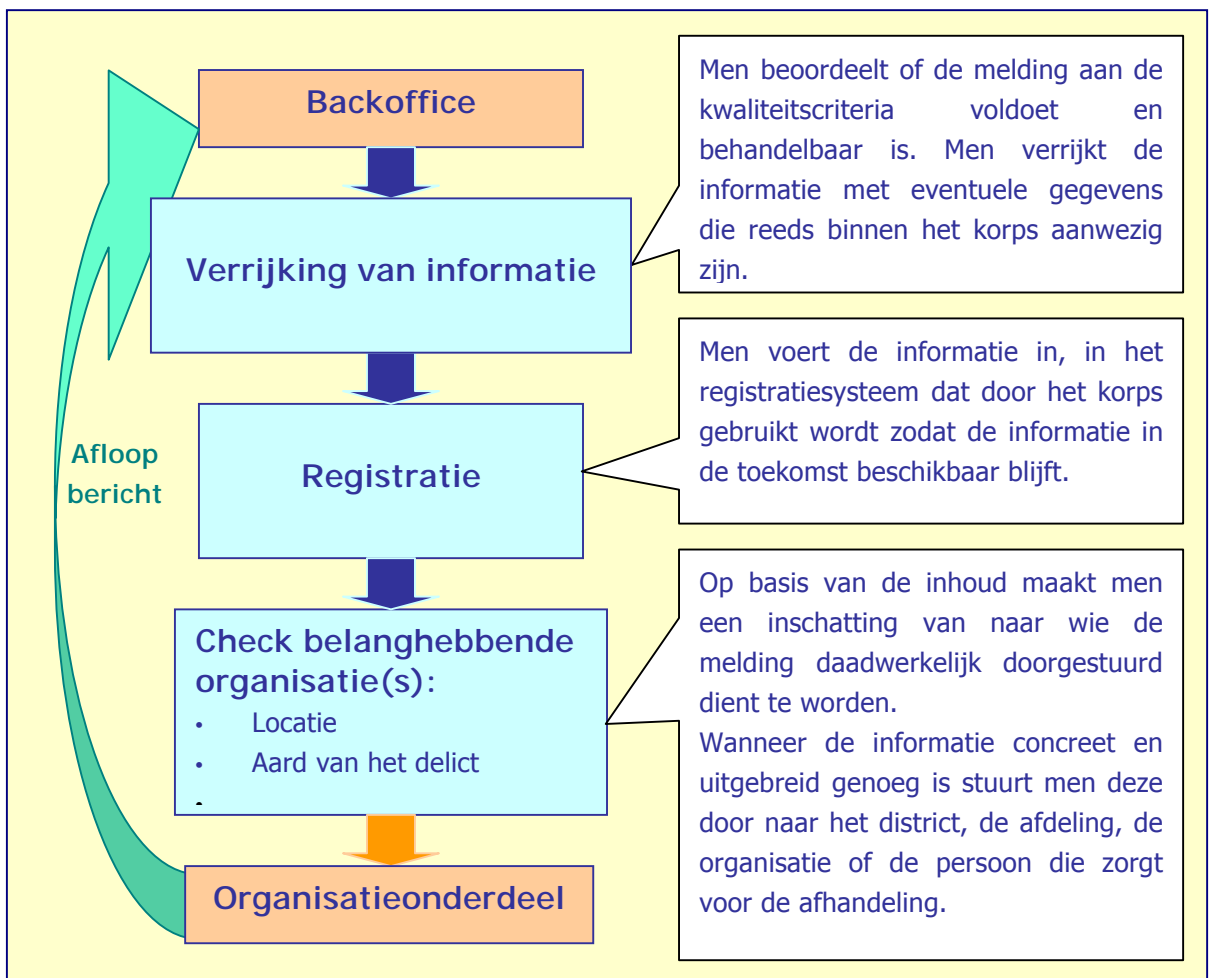
5.3 Backoffices

De politiekorpsen

De verschillende deelnemende organisaties (politiekorpsen, Verbond van Verzekeraars) zijn autonoom geweest bij het inrichten van de backoffice. Binnen elke organisatie is één of zijn meerdere personen hier primair door hun organisatie voor verantwoordelijk gesteld. Ondanks de autonomie die de organisaties hadden bij het organiseren van de eigen backoffice, zijn er veel overeenkomsten tussen de verschillende organisaties in de manier waarop deze gestalte heeft gekregen. Een verklaring hiervoor is onder andere dat het anoniem melden van feiten voor geen van de organisaties een nieuw fenomeen is, zodat ook al voordat de M.-pilot van start ging, de anonieme meldingen een plaats hadden in de informatiestructuur binnen de organisaties. Het nieuwe aan M. is wel de hoeveelheid meldingen, de (andere manier van) registratie van de meldingen en het terugkoppelen van resultaten via de afloopberichten.

Bij de meeste (onderzochte) politieorganisaties is het zo georganiseerd dat de meldingen van de frontoffice via de e-mail binnenkomen bij de infodesks. De infodesk van de politie is een afdeling die informatie vergaart, verrijkt en via registratie beschikbaar stelt aan het korps. De meldingen in het kader van M. passen prima in deze structuur en zij verschillen in die zin niet van andere bronnen van informatie. Onderstaand schema geeft een globaal overzicht van de doorloop binnen de organisatie en van de overwegingen die gemaakt worden.

Figuur 10: Afwegingen backoffice



De hierboven geschetste werkwijze is echter continu aan evaluatie onderhevig. De aanleiding voor de meeste korpsen om er kritisch naar te blijven kijken is driedelig: efficiency, terugkoppeling en monitoring. Hierbij wordt gekeken naar welk niveau (backoffice, organisatieonderdeel) het best in staat is de meldingen op waarde te schatten, actie te ondernemen en zorg te dragen voor een terugkoppeling over de resultaten (en deze te monitoren).

In eerste instantie was hierbij het uitgangspunt voor bijna alle betrokkenen dat de backoffice primair als doorgeefluik zou dienen te functioneren voor de rest van het korps. De enige verantwoordelijkheid van de backoffice was er voor te zorgen dat de meldingen (soms na verrijking van informatie) op de juiste plaats terecht zouden komen. De terugkoppeling over de resultaten zou dan door de verantwoordelijke opsporingsfunctionaris zelf gedaan dienen te worden. Al snel bleek dit geen efficiënte manier van werken waardoor de meeste backoffices gaande weg steeds meer activiteiten rond de meldingen naar zich toe hebben getrokken:

- doordat de meldingen door de gehele organisatie verspreid werden had men geen enkel overzicht over het gevolg dat er aan gegeven werd en de resultaten daarvan.
 - De meeste backoffices hebben zodoende een eigen systeem opgezet waarin bijgehouden wordt welke melding, op welk moment aan welke functionaris verstuurd is.
 - De opsporingsfunctionarissen krijgen een reminder van de backoffice op het moment dat er een afloopbericht verstuurd dient te worden.
 - De meeste backoffices inventariseren vervolgens de afloopberichten alvorens ze naar de frontoffice teruggestuurd worden.
 - De meeste backoffices hebben een registratie van de inhoud van de afloopberichten om op die manier zelf de resultaten te kunnen monitoren.
- bij een substantieel deel van de meldingen (het percentage is afhankelijk van het specifieke korps) kan men bij de backoffices van te voren voorspellen dat er geen gevolg aan gegeven zal worden. De redenen daarvoor zijn uiteenlopend van aard:
 - ondanks dat door de frontoffice ingeschat is dat de melding behandelbaar is, kan in de praktijk blijken dat deze niet bruikbaar is (de gegevens kunnen onjuist zijn, niet verifieerbaar of niet specifiek genoeg)
 - de melding bevat niet genoeg informatie om te kunnen bepalen of -en met welke prioriteit- actie ondernomen dient worden (de zwaarte van het delict is bijvoorbeeld niet voldoende gespecificeerd)
 - of het gemelde delict valt sowieso niet binnen de op dat moment gestelde opsporingsprioriteiten.

Bij enkele van de geïnterviewde backoffices is dan ook de tendens waarneembaar dat men geneigd is in sommige gevallen eerst zelf een inschatting te maken van de toegevoegde waarde van een melding voordat men anderen in de organisatie er mee belast. Een gevaar (dat men ook zelf onderkend) hierbij is dat men op de backoffice niet altijd kan inschatten in hoeverre een melding met (ogenschijnlijk) minimale informatie eventueel toch bij kan dragen aan de oplossing van een zaak. Dit is voor andere backoffices de reden waarom zij juist deze afweging door direct betrokkenen willen laten maken, betrokkenen die ook daadwerkelijk belast zijn met opsporingstaken.

De essentie van bovenstaande is dat men in de verschillende politieregio's zo veel mogelijk grip wil blijven houden op de processen rond M. waarbij men in staat wil zijn om de resultaten te monitoren. De meest effectieve manier om dit vorm te geven is om de backoffice hiervoor

verantwoordelijk stellen. Bij sommige korpsen vormt M. zelfs een soort van testcase om de informatieprocessen zo in te richten dat resultaten met betrekking tot opsporing in het algemeen beter gemonitord kunnen worden.

De toegevoegde waarde van M. volgens betrokkenen

De geïnterviewde betrokkenen in het onderzoek (medewerkers backoffices, projectbureau) zien een sterke toegevoegde waarde van M. Deze mening is in veel gevallen niet zozeer gestoeld op de grote hoeveelheid meldingen die in beperkte mate bijgedragen hebben aan onderzoeken, maar is vooral gebaseerd op een klein aantal succesverhalen waarbij grotere zaken, mede door toedoen van M. opgelost zijn.

Door betrokkenen bij de politie wordt gesteld dat de bijdrage van M. nog wel eens gebagatelliseerd wordt en dat de toegevoegde waarde in de praktijk groter is dan de feitelijke registratie van afloopberichten doet geloven. De redenen waarom dit gebeurt zijn uiteenlopend van aard:

- soms valt de bijdrage van M. niet goed op waarde te schatten (dan is het moeilijk te bepalen welke ontwikkelingen een zaak gekend zou hebben wanneer er geen sprake geweest zou zijn van een melding)
- soms houdt men de rol van M. bewust klein (eigen onderzoek is belangrijker)
- wanneer onderzoeken nog lopend zijn kan pas op de langere termijn een inschatting gemaakt worden van de toegevoegde waarde van de melding
- in sommige gevallen is het niet in het belang van de melder, het onderzoek of de vervolging van de dader om uitgebreid te rapporteren over de bijdrage van een anonieme melding aan de oplossing van een zaak. Dit laatste is volgens een aantal betrokkenen ook de reden waarom de politie terughoudend is geweest bij het in de media brengen van aansprekende resultaten in het kader van M..

De analyse van de backoffices is tevens dat politiefunctionarissen die daadwerkelijk resultaten behaald hebben door toedoen van M., aanzienlijk positiever gestemd zijn over het project dan zij die nog geen ervaring met het project hebben. Zij hebben zelf ondervonden dat een melding van M. aanzienlijke tijdswinst op kan leveren bij het rond krijgen van een onderzoek. Andere functionarissen zien geen enkele toegevoegde waarde. Een veelgebruikt argument daarbij is dat anonieme meldingen in onvoldoende mate bruikbaar zijn voor het onderzoek. Doordat de melding anoniem is kan er niet op dezelfde wijze gevolg aan gegeven worden als aan niet anonieme meldingen. Daarbij bestaat het risico dat mensen die anders normaal aangifte gedaan zouden hebben nu anoniem melden, waardoor kostbare informatie verloren gaat.

Een ander vaker geuit kritiekpunt is dat de aard van de meldingen eenzijdig is. Relatief veel meldingen hebben betrekking op drugscriminaliteit of vreemdelingenzorg. Volgens sommigen

is deze eenzijdigheid van negatieve invloed op de perceptie die men heeft van M. Wanneer een functionaris telkens geconfronteerd wordt met meldingen van zaken waaraan men normaal gesproken minder prioriteit zou geven, is dit van invloed op de manier waarop men het project beoordeelt. Door in de media-aandacht rond M. vooral aandacht te besteden aan specifieke (zware) delicten, kan hierin gestuurd worden, is de verwachting. Aandacht voor specifieke delicten in de media leidt namelijk tot meer meldingen met betrekking tot dergelijke delicten, zo heeft men bij de korpsen ervaren.

De afloopberichten dienen als een belangrijke bron van informatie bij de evaluatie van M.. Echter, de respons op het verzoek afloopberichten te versturen en de kwaliteit van de berichten zelf, verschilt per korps en binnen de korpsen per regio en organisatie. Dit maakt het moeilijk resultaten cijfermatig te onderbouwen. De indruk bestaat dat verschillende factoren van invloed zijn geweest op de mate waarin men geneigd was afloopberichten te versturen en de kwaliteit van de berichten:

- betrokkenen stellen dat het in het algemeen geen cultuur bij de politie is om resultaten nauwgezet te registreren en terug te rapporteren.
- in eerste instantie leverden de formulieren zelf veel onduidelijkheid op omdat niet de juiste versie van het formulier gemaaid werd (zie ook § 5.2). Nadat de aangepaste formulieren geïntroduceerd zijn is de respons en ook de kwaliteit van de respons hoger geworden.
- de termijn van twee weken waarna aanvankelijk het eerste bericht teruggestuurd zou dienen te worden, bleek in de praktijk te kort. Binnen deze tijd waren onderzoeken nog nauwelijks opgestart waardoor er weinig terug te melden viel. Dit leidde er toe dat men niet de toegevoegde waarde zag van een afloopbericht op dat moment, wat ten koste ging van de respons. In overleg tussen het projectbureau en de backoffices is vervolgens besloten de eerste termijn te verlengen naar één maand.
- ook de termijn van één maand levert soms problemen op wanneer een zaak nog loopt. Er is dan sprake van een tussentijdse rapportage en men is sterk geneigd pas te rapporteren wanneer de zaak is afgerond en er daadwerkelijk iets te melden valt over resultaten.
- op meldingen die niet direct gekoppeld kunnen worden aan een functionaris die zorg draagt voor de afhandeling volgt bij sommige organisaties ook geen terugkoppeling.
- wanneer er (nog) geen concrete resultaten te melden zijn, is men niet eenduidig en consequent bij het invullen van de afloopberichten. In veel gevallen wordt de bruikbaarheid van een melding namelijk bepaald door meer factoren dan de melding zelf. De bruikbaarheid is een spanningsveld tussen de aard van de melding, de hoeveelheid informatie die beschikbaar is, de toegevoegde waarde voor lopende onderzoeken, de hoeveelheid (extra) werk die voortkomt uit de melding en de prioriteiten die gesteld worden. Dit spanningsveld is van invloed op hoe men met de melding omgaat en op wat men vervolgens terugrapporteert over wat met de melding gedaan is:

- men is al snel geneigd terug te rapporteren dat een bericht is toegevoegd aan de werkvoorraad, terwijl vervolgens uit de praktijk blijkt dat er verder niets meer gedaan wordt met het bericht (mede ingegeven door werkdruk en andere prioriteiten). De melding wordt dan als bruikbaar getypeerd, terwijl zij in de praktijk geen aanleiding tot actie heeft gegeven.
- de “onbruikbaarheid vanwege het ontbreken van aanknopingspunten” hangt sterk samen met “onbruikbaarheid omdat er niet voldoende informatie” is of dat “de informatie niet juist of volledig is”. Dit hangt overigens weer sterk samen met de hoeveelheid tijd die men wil spenderen om de bruikbaarheid van de melding te verhogen door middel van informatieverrijking.

De niet volledige respons, de onvolledigheid van de inhoud en het niet eenduidig invullen van de afloopberichten (zoals hierboven geschetst) zorgen er voor, dat het moeilijk is om op basis van het cijfermateriaal dat daar uit voortkomt de toegevoegde waarde van M. te bepalen.

Verbond van Verzekeraars

Het Verbond van Verzekeraars, de enige private partner in het project, vond in eerste instantie dat zij in te weinig gevallen meldingen doorgestuurd kreeg. Dit leek te worden veroorzaakt doordat bij de frontoffice de connectie tussen specifieke delicten en de eventuele betrokkenheid van de verzekeraars hierin niet gemaakt werd. Het Verbond van Verzekeraars heeft hierover overleg gevoerd met de frontoffice waarna zij hier meer alert op zijn geworden. Vanaf dat moment is van meer meldingen een afschrift naar het Verbond van Verzekeraars gestuurd.

De manier waarop de meldingen bij het Verbond van Verzekeraars afgehandeld worden is grotendeels vergelijkbaar met de politie:

- De melding wordt ingevoerd in het dossier.
- De informatie wordt geanalyseerd en verrijkt.
- De informatie wordt vergeleken met de eigen bronnen, met de vraag of de melding als schadeclaim reeds bekend is.
- Wanneer dit het geval is dan gaat de informatie naar de maatschappij die het aangaat.
- Wanneer dit niet het geval is dan wordt de informatie op een intranet gezet voor coördinatoren van specialistische afdelingen binnen de maatschappijen, met het verzoek het polissenbestand er op na te slaan.
- De melding blijft bewaard voor het geval een schade zo recent is dat deze nog niet geclaimd is.

Het Verbond van Verzekeraars heeft hierbij veelal het probleem dat een melding niet direct onder te brengen valt bij één van hun leden. Melders vermelden immers niet de verzekeringsmaatschappij en het polisnummer van de betrokkenen. Hierdoor kost het vaak

moeite te achterhalen voor welke partij de melding bestemd is. Extra moeilijkheid daarbij is dat de schade in sommige gevallen nog niet geclaimd is op het moment dat de anonieme melding binnenkomt, waardoor de zaak nog niet bekend is bij de verzekeraar.

Bovenstaand probleem is tevens van invloed op het terugrapporteren door middel van de afloopberichten. In veel gevallen gaat er namelijk veel tijd overheen alvorens de melding gekoppeld kan worden aan een specifiek dossier. Wanneer de melding wel gekoppeld is, duurt het in de meeste gevallen minimaal een aantal maanden voordat er ook daadwerkelijk een resultaat gemeld kan worden. Vaak kan pas na afloop van juridische procedures bepaald worden wat de toegevoegde waarde is geweest van een specifieke melding. Bovenstaande, gecombineerd met het feit dat het aantal meldingen minder is dan men aanvankelijk verwachtte, maakt dat het voor het Verbond van Verzekeraars op dit moment moeilijk te beoordelen valt wat de toegevoegde waarde van M. is. Het verbond denkt door aanpassingen in het registratiesysteem het mogelijk te maken, dat meldingen ook in een later stadium opnieuw prominent onder de aandacht gebracht worden. Ze hoopt hiermee te bewerkstelligen dat de match alsnog plaats kan vinden waardoor de melding alsnog tot resultaat kan leiden. Hiermee wordt gepoogd de overall toegevoegde waarde van M. te verhogen.

5.4 Conclusies

Project M. wordt door alle functionarissen die betrokkenen zijn geweest bij dit deelonderzoek als een waardevolle aanvulling gezien op de dagelijkse werkpraktijk. Alhoewel men op basis van de afloopberichten maar in beperkte mate in staat is te bepalen wat het project werkelijk (cijfermatig onderbouwd) oplevert, hebben allen het gevoel dat de toegevoegde waarde groot is. Deze positieve indruk is vooral gebaseerd op incidentele zaken waarbij de melding van M. een grote rol heeft gespeeld in de opsporing of voorkoming van een misdrijf.

De frontoffice heeft direct na de start enige moeite gehad 'de juiste toon' te vinden. Men had moeite met de aard van de gesprekken, die sterk verschilden van de gesprekken waaraan men gewend was (0900-8844 en 112). Daarnaast bleek het moeilijk om bruikbare gegevens boven tafel te krijgen, zonder daarbij voorbij te gaan aan de beller of afbreuk te doen aan de anonimiteit. De frontoffice heeft hier snel op gereageerd door haar werkwijze aan te passen, waardoor de kwaliteit van de meldingen gedurende de pilot sterk gestegen is.

De meeste backoffices hebben M. ondergebracht bij de infodesk of een andere afdeling die zorgt voor het vergaren en verrijken van informatie. In het algemeen lijkt de implementatie vrij gemakkelijk en geruisloos gegaan te zijn. De focus is in eerste instantie vooral gericht geweest op het soepel laten verlopen van de procedures zoals deze geformuleerd waren door de werkgroep Procedures M.. Later is er meer aandacht gekomen voor het monitoren van de meldingen op hoeveelheid, kwaliteit en de uiteindelijke bruikbaarheid. Hiervoor zijn bij de

verschillende organisaties systemen ontwikkeld om dit inzicht aan de eigen organisatie te verschaffen.

Het projectbureau heeft de (aanloop)problemen die ontstonden bij de verschillende betrokken organisaties rond de meldingen en de registratie daarvan, vroegtijdig onderkend en heeft actie ondernomen tot verbetering. Waar nodig zijn de betrokken partijen gestimuleerd om ervaringen uit te wisselen. Hiertoe heeft het projectbureau een regulier overleg geïnitieerd.

Een nauwkeurig cijfermatig inzicht over de uiteindelijke geboekte resultaten van M. is lastig te realiseren, omdat er nog niet voldoende routine bestaat met betrekking tot het invullen van de afloopberichten. Het door het projectbureau geuite streven naar een 100%-respons binnen de pilotregio's heeft zij niet kunnen realiseren. Bovendien is de kwaliteit van de terugrapportage, wanneer wel wordt gerespondeerd, niet altijd optimaal. Redenen hiervoor liggen ons inziens deels in het formulier zelf, deels in de mate waarin de registratie aansluit op de dagelijkse praktijk en deels in de "invuldiscipline". Sinds de start van de pilot wordt op al deze gebieden continu gestreefd naar optimalisatie: het formulier is aangepast en ook de eerste termijn voor terugrapportage is aangepast, waardoor het beter aansluit bij de dagelijkse werkpraktijk. De verschillende backoffices passen hun processen aan om de meldingen en resultaten beter te kunnen monitoren, degenen die verantwoordelijk zijn voor de terugrapportage krijgen reminders op de momenten dat termijnen verstrijken. Hieruit blijkt ons inziens een grote betrokkenheid vanuit de verschillende organisaties om het project tot een succes te maken.

Waarneembaar binnen alle in het onderzoek betrokken korpsen is echter ook dat vertegenwoordigers uit de politieorganisatie die minder direct betrokken zijn bij M., in de regel ook wat minder positief lijken dan degene die wel direct betrokken zijn. Zij zien wel de toegevoegde waarde die M. kan hebben, maar ervaren ook de nadelige effecten die M. wel degelijk met zich meebrengt. Men heeft het gevoel minder met anonieme meldingen te kunnen dan met reguliere aangiftes en het reageren op een anonieme melding vergt een andere dan de reguliere aanpak.

Een andere belangrijke factor in de kosten-batenanalyse die men maakt met betrekking tot M. is het grote aantal minder bruikbare en daardoor ook minder interessante meldingen. Het trechterschema uit paragraaf 4.7 geeft aan dat 9 tot 14% van de meldingen bruikbaar is. Daarbij kan gesteld worden dat van de 9-14% bruikbare meldingen, een redelijk groot percentage het soort melding betreft waar de politie/justitie niet primair haar prioriteiten heeft liggen (zoals wietteelt, vreemdelingenzorg, uitkeringsfraude), terwijl een reactie van de politie niet achterwege kan blijven, gezien de ernst van deze delicten. De verwachting die opsporingsfunctionarissen met betrekking tot M. hebben, lijkt vooral in de zwaardere criminaliteit te liggen. Vaak wordt gesteld dat men "wacht op de gouden tip" met betrekking tot een zwaarder delict, omdat daarmee naar buiten getreden kan worden om zo het succes

van het project te illustreren. Deze “gouden tip” zal volgens betrokkenen echter een minstens zo belangrijk effect hebben op de manier waarop binnen de eigen politieorganisatie naar M. gekeken wordt.

