



# P & W V E R K E N N I N G E N



*Het Programma Politie & Wetenschap*  
P/a De Politie Academie  
De Kleiberg 15  
7312 SN Apeldoorn  
Telefoon: (055) 539 7070  
Internet: [www.politieenwetenschap.nl](http://www.politieenwetenschap.nl)

Bestellingen



Postbus 122, 3700 AC Zeist  
Telefoon: (030) 698 42 22  
Fax: (030) 698 42 23  
E-mail: [info@kerckebosch.nl](mailto:info@kerckebosch.nl)  
Internet: [www.kerckebosch.nl](http://www.kerckebosch.nl)



## Het Programma Politie & Wetenschap

### *Missie*

Het Programma Politie en Wetenschap is ingesteld door de minister van BZK om het wetenschappelijk onderzoek op het gebied van politie en veiligheid te stimuleren en tevens een impuls te geven aan een betere benutting van onderzoeksresultaten in politiepraktijk, beleid en opleiding.

### *Kennisproducten*

De kennisproductie van Politie en Wetenschap vindt zijn neerslag in onderzoeksrapporten, verslagen van bijzondere activiteiten zoals studiedagen, workshops e.d. en speciale bundels ter gelegenheid van onze Lezingencyclus.

Onderzoeksrapporten met een meer wetenschappelijk, theoretisch karakter worden uitgegeven in onze publicatiereeks *Politiewetenschap*. Rapporten met een meer praktische inslag, met bijvoorbeeld handzame instrumenten, modellen of anderszins werkwijzen die hun waarde en nut hebben bewezen, worden gepubliceerd in de reeks *Politiekunde*. De website biedt een overzicht alsmede korte samenvattingen ('abstracts') van alle publicaties. Exemplaren kunnen, via een doorlink op de website, besteld worden bij de uitgever: Kerckebosch te Zeist.

### *P&W Verkenningen*

Naast de uitgaven in onze beide publicatiereeksen brengt P&W ook regelmatig verslagen uit van zogeheten kortlopende verkenningen. Ze hebben in de regel betrekking op nieuwe ontwikkelingen of vraagstukken die mogelijk een plaats verdienen in ons meerjaren onderzoeksprogramma. Van deze rapporten zijn zowel korte samenvattingen ('abstracts') als de integrale verslagen beschikbaar op de website. Hard copies zijn op aanvraag beschikbaar bij het Programmabureau.

### *Het Programma Politie & Wetenschap*

P/a De Politie Academie

De Kleiberg 15

7312 SN Apeldoorn

Telefoon: 055-5397215/16

Internet: [www.politieenwetenschap.nl](http://www.politieenwetenschap.nl)

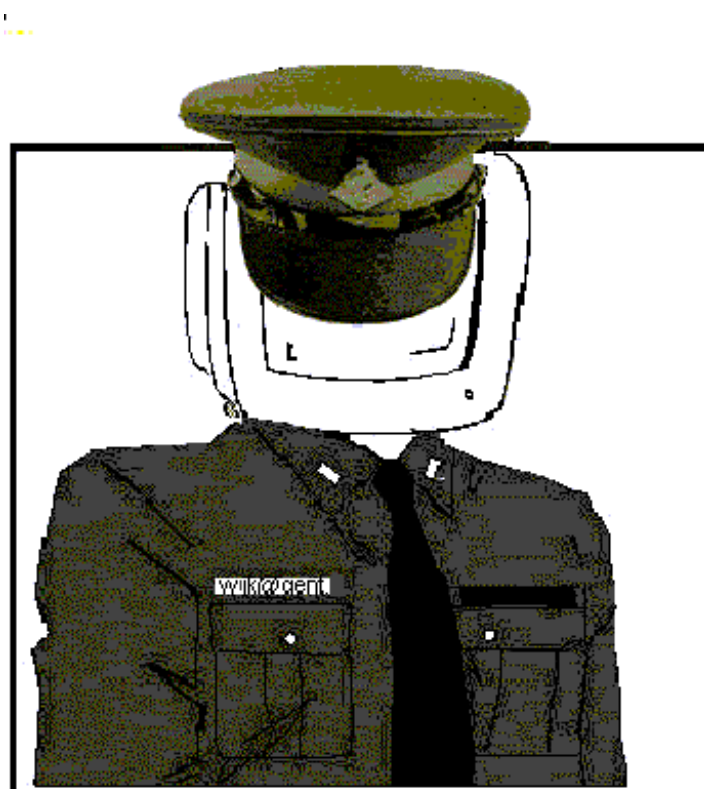
### *Postadres*

Postbus 1201

7301 BL Apeldoorn

# WIJK@GENT.NL

een onderzoek naar ervaringen van wijkagenten  
met een website en met e-mail



Bureau B.AA.T  
drs. A. Kuijvenhoven  
drs. E. van Laere  
september 2003

## INHOUDSOPGAVE

1 De ontwikkeling van internet	4
2 Gebiedsgebonden politiewerk, de wijkagent en internet	5
3 Probleemstelling	6
4 De invloed van internet op organisaties	6
5 Het verzamelen van gegevens	7
6 Bevindingen	10
7 Enkele bijzondere uitkomsten	14
8 Conclusies en Aanbevelingen	16
∞ Geraadpleegde literatuur	20
∞ Bijlagen	
no. 1.1 Rondgang langs korpswebsites	
no. 1.2 Overzicht korpswebsites	
no. 2 Schema	
no. 3.1 Zoektocht	
no. 3.2 Eigen websites van wijkagenten	
no. 3.3 Websites van 'inwonende' wijkagenten	
no. 3.4 Vragenlijsten	
no. 4 Overzicht van de reacties van korpsen op een controlevraag	
no. 5 Samenvatting gegevens van wijkagenten met eigen website	
no. 6 Samenvatting gegevens van wijkagenten met pagina op korpswebsite	
no. 7 Presentatieset 'e-mail chain' van wijkteam Apeldoorn Noord -Oost	
no. 8 Welingelichte kringen	
no. 9 E-mailgedragslijn	

## SAMENVATTING

De ontwikkeling van internet gaat snel. In enkele jaren tijd is in ons land het aantal mensen dat thuis toegang tot het internet heeft, verviervoudigd. En die groei lijkt nog niet ten einde. Ook het aantal websites van overheidsorganisaties is de afgelopen jaren sterk gegroeid. Wel bestaan er tussen de diverse overheidssectoren soms grote verschillen.

Vergelijkenderwijs loopt de politie bij die ontwikkeling zeker niet voorop, terwijl daartoe toch wel reden is. Want het belang dat aan gebiedsgebonden politiewerk wordt toegekend, wettigt de verwachting dat de politie alle mogelijke communicatiemiddelen, dus ook internet en e-mail, probeert toe te passen.

Uit een enkele publicatie in de politievakpers, begin 2002, kwam naar voren dat een aantal wijkagenten een website en een e-mailadres had. Dat was aanleiding voor een onderzoek naar de ervaringen van 'de' wijkagent met informatieverstrekking en -uitwisseling via internet en e-mail.

Als kader voor het onderzoek werd uitgegaan van een ontwikkelingsperspectief. Daarbij wordt verondersteld dat het gebruik van internet door organisaties drie stadia doorloopt, namelijk van 'webbewust' via 'webgeoriënteerd' naar een 'E-org'. Dat wil zeggen dat een organisatie internet in het begin gebruikt voor informatieverstrekking. Daarna komt een meer interactieve fase, waarna de 'e-org' of 'elektronische organisatie' internet geheel heeft opgenomen in haar werkprocessen.

Voor het verzamelen van gegevens werd het internet afgezocht op websites van wijkagenten. Uiteindelijk bleken er drie groepen te kunnen worden onderscheiden, namelijk wijkagenten met

- ☞ een eigen website,
- ☞ een pagina op de website van een partnerorganisatie zoals een buurtcomité,
- ☞ een pagina op de website van hun korps.

Twee korpsen bleken geen eigen website te hebben. Slechts op vijf korpswebsites werden bruikbare gegevens van wijkagenten aangetroffen. Uiteindelijk werd aan 83 wijkagenten via e-mail een enquête toegestuurd, waarvan er 51 reageerden. Daarnaast werden nog ruim 20 interviews afgenomen.

De belangrijkste conclusies zijn:

- De politie bevindt zich voor wat betreft internet nog in een bewustwordingsfase.
- De kwaliteit van de websites varieert van aanvaardbaar tot "direct verwijderen".
- Het bijhouden van een eenmaal opgezette website kost de betrokken wijkagent niet veel tijd.
- Over het gebruik van internet en e-mail is door een aantal korpsen intern voorlichting gegeven, maar deze heeft de doelgroep onvoldoende bereikt.
- Wijkagenten die hun eigen website beheren zijn daarover tevredener dan wijkagenten die slechts een pagina op de korpswebsite hebben.
- Actief een e-mailadres bekend maken, bevordert de groei van het e-mailverkeer aanzienlijk.
- Het beheer van e-mails verloopt vrijwel probleemloos, behalve tijdens langdurige afwezigheid. 'Netiquette' en een goede back office zijn dan geen overbodige luxe.
- De aard van het e-mailverkeer wordt omschreven als 'zakelijk'.
- Werkwijze, aard van het werk en de relaties met chefs en collega's lijken niet door internet en e-mail te worden beïnvloed.
- E-mail lijkt een positieve invloed te hebben op de kwaliteit van de samenwerking met de zogenaamde partners in een wijk.

Op basis van deze bevindingen worden enkele aanbevelingen gedaan, onder andere:

- ⊗ Investeer in internet vanuit een communicatiebeleid dat de gehele Nederlandse politie betreft.
- ⊗ Laat de algemene politiewebsite uitgroeien tot de 'veiligheidsportal' bij uitstek.
- ⊗ Zet enkele experimenten op waarbij alle mogelijkheden van internet en e-mail op hun bruikbaarheid voor het (gebiedsgebonden) politiewerk worden getest.

## 1 DE ONTWIKKELING VAN INTERNET

Alhoewel internet en e-mail al tientallen jaren bestaan, duurde het tot het midden van de jaren 1990 voordat zij tot ontplooiing kwamen. Die ontwikkeling verloopt sindsdien wel erg snel. Zo hadden in 2002 acht miljoen Nederlanders van 12 jaar en ouder thuis toegang tot internet. In

vergelijking met 1998 betekent dit een verviervoudiging (zie CBS)! Ons land behoorde daarmee in 2002 tot de groep landen met het hoogste niveau van 'internetpenetratie'. Uit de recente CBS-gegevens blijkt ook nog het volgende:

- ⊗ hoogopgeleiden lopen in deze ontwikkeling voorop;
- ⊗ tweederde van de mannen en de helft van de vrouwen surft maandelijks op het net;
- ⊗ ouderen gebruiken internet vooral om specifieke informatie te zoeken en om te e-mailen;
- ⊗ 12 tot 17 jarigen chatten vooral.

Deze gegevens stemmen overeen met die uit een ander onderzoek. Daaruit bleek dat de toegang tot internet niet zozeer afhangt van etnische factoren als wel van sociaal-economische. Zo lijken etnische jongeren duidelijk bezig met een inhaalslag op internet (zie Linders, 4/2003).

#### De Nederlandse overheid en internet

De Nederlandse overheid heeft de afgelopen jaren fors op internet ingezet. Uit internationaal vergelijkend onderzoek blijkt ze daarbij goede prestaties te leveren (zie 'www.accenture.com'). Zo waren er in 1996 dertig gemeenten met een eigen website. Dat aantal bleek medio 2003 te zijn gestegen tot zo'n vijfhonderd. Wel varieerde de kwaliteit van die websites nogal (zie Gemeenten gemeten). En ook al staat er een aanzienlijke hoeveelheid overheidsinformatie zoals rapporten, nota's en vergaderverslagen op internet, de komende jaren zal die hoeveelheid waarschijnlijk nog toenemen (zie Commissie ICT en overheid, 2001). Thematisch, bijvoorbeeld rond veiligheid, is de overheid ook onmiskenbaar op internet aanwezig. Tot slot is er het platform burger@overheid. Een van de activiteiten daarvan betreft het opstellen van een e-mailprotocol voor overheidswebsites: de "netiquette" (zie Kampstra, Hewson en Bijlage 9).

Alhoewel "de" overheid zich dus ruimschoots op internet manifesteert, blijken er aanzienlijke verschillen tussen overheidssectoren onderling te bestaan (zie Huijboom, 2003). Sommige gemeenten kennen bijvoorbeeld al wel een digitaal loket, maar de meeste nog niet. En terwijl de Belastingdienst al enkele jaren werkt met de elektronische aangifte is die vorm van dienstverlening bij de Nederlandse politie pas in 2003 op proef ingevoerd.

#### De Nederlandse politie en internet

De ontwikkeling van internet is zeker niet aan de Nederlandse politie voorbij gegaan. Voorjaar 2003 hadden nagenoeg alle regiokorpsen een eigen website. Daarnaast is er de landelijke website 'politie.nl' die niet alleen als portaal voor de korpsen fungeert maar waarop ook enkele algemene onderwerpen staan, met name personeelswerving.

Naast de algemene mogelijkheid om on-line om wervingsmateriaal te vragen waren er tot slot enkele korpswebsites waarop men on-line aangifte kan doen van een eenvoudig misdrijf. Deze mogelijkheid is weliswaar nog een proef, maar enkele eerdere informele proeven daarmee hadden al aangetoond dat er waarschijnlijk een grote behoefte is aan deze vorm van dienstverlening. Helaas zijn de ervaringen met die proeven niet systematisch vastgelegd. Ook uit andere, weliswaar summier onderzoek blijkt dat de Nederlandse politie nog ruime mogelijkheden heeft om internet en e-mail verder te integreren in haar werk (zie Van Delst, Engbersen, Kampstra).

'Politie.nl' is eind juni 2003 aanzienlijk vernieuwd. Het is de bedoeling dat alle regiokorpsen zich nog dat jaar aansluiten bij het landelijke format, maar onzeker is of het daar op de korte termijn ook van komt. Enkele korpsen hebben namelijk al zoveel in hun eigen website geïnvesteerd dat zij er de voorkeur aan geven hun eigen opzet te handhaven.

De ontwikkeling van internet is dus niet aan de politie voorbij gegaan. Echter, in vergelijking met de wijze waarop bijvoorbeeld een aantal gemeenten of de Belastingdienst de afgelopen jaren de mogelijkheden van internet hebben opgenomen in hun activiteiten, kan niet gezegd worden dat de politie op dit terrein tot nu toe een voortrekkersrol heeft vervuld.

Nadrukkelijk zij hier opgemerkt dat dit onderzoek niet ingaat op de ervaringen van de politie met het eigen *intranet*. Voor zover bekend wordt dat zeer intensief gebruikt.

## 2 GEBIEDSGEBONDEN POLITIEWERK , DE WIJKAGENT en INTERNET

Een recente ontwikkeling binnen de politie is het zogenaamde gebiedsgebonden politiewerk: gpf. Een gpf'er is dan een politie-ambtenaar die, vaak in teamverband, als eerstverantwoordelijke vanuit de politie werkt aan de zorg voor de veiligheid in een wijk. Een kenmerk is ook dat dat gebeurt in nauwe samenwerking met wijkbewoners en andere in een wijk actieve organisaties, de zogenaamde partners. Deze werkwijze wordt veelal kortweg aangeduid met: "kennen en gekend worden". Het kader van gebiedsgebonden politiewerk kan daarom heel goed als volgt worden omschreven:

"Bereikbaarheid en beschikbaarheid komen uit onderzoeken in verschillende landen naar voren als cruciaal voor het gevoel als een 'goede burger in een rechtvaardige samenleving' te kunnen functioneren." (zie Zoomer, pg. 20).

*Bereikbaarheid* van politiemensen en *beschikbaarheid* van politiewerk bieden niet alleen alle ruimte voor, maar leiden welhaast noodzakelijkerwijs tot het toepassen van alle mogelijke communicatievormen en -middelen ter optimalisering van het gebiedsgebonden politiewerk. Het gebruik van internet en van e-mail behoren daar ongetwijfeld toe.

Met de term 'gebiedsgebonden politiefunctionaris' worden verschillende functies aangeduid zoals wijkagent, buurtbrigadier, buurtregisseur of gebiedsmentor. Weliswaar worden aan die verschillende functies verschillende eisen gesteld, maar in de praktijk zijn die verschillen niet erg groot. De diversiteit aan functie-aanduidingen is daarom ook voor politiemensen zelf tamelijk verwarrend.

Omdat in het dagelijks spraakgebruik de aanduiding 'wijkagent' nog het meest voorkomt, wordt die term hier verder gebruikt - zelfs als daarmee een 'wijkteam' wordt bedoeld. Over het aantal 'wijkagenten' dat bij de Nederlandse politie als geheel werkzaam is, blijken nauwkeurige gegevens te ontbreken. Schattingen lopen uiteen van 'vele honderden' tot 'enkele duizenden'.

Omtrent de ervaringen van wijkagenten met internet/e-mail in het kader van gebiedsgebonden werken is nog weinig bekend. Slechts in een enkel vakblad is daaraan eens enige aandacht geschonken (zie Wijzer). Daaruit bleek dat er begin 2002 enkele wijkagenten waren die zelf een website hadden opgezet. Hun ervaringen daarmee waren zeer positief - in een geval werd die persoonlijke ervaring ondersteund door een intern evaluatieonderzoek. Wel bleken die wijkagenten zich in een enigszins geïsoleerde positie ten opzichte van hun team of directe collega's te bevinden. Een belangrijke reden daarvoor was onbekendheid met de mogelijkheden van internet. Een enkeling noemde ook het beleid van zijn korps ter zake, waarin voor internet geen plaats zou zijn ingeruimd.

Begin 2002 leek 'de' wijkagent in het gebiedsgebonden werk echter nog nauwelijks gebruik te maken van de mogelijkheden om via internet met wijkbewoners e.d. te communiceren.

## 3 PROBLEEMSTELLING

Hierboven werden drie recente ontwikkelingen genoemd, namelijk:

- ⊗ de sterke ontplooiing van internet;
- ⊗ de nog bescheiden mate waarin de Nederlandse politie zich van internet bedient, en
- ⊗ het belang dat gehecht wordt aan de ontwikkeling van gebiedsgebonden politiewerk.

Deze drie factoren bijeen rechtvaardigen een onderzoek naar de ervaringen van "de wijkagent" met het gebruik van internet en e-mail in het kader van zijn werk als gebiedsgebonden politiefunctionaris.

Op grond daarvan is de probleemstelling als volgt omschreven:

*Welke ervaringen heeft 'de wijkagent' met internet, dat wil zeggen met informatie-verstrekking en -uitwisseling via een website en via e-mail, in het kader van het gebiedsgebonden politiewerk ?*

Het onderzoek beperkt zich daarmee tot wijkagenten die een eigen website dan wel een pagina op de website van hun korps of een andere organisatie hebben, in combinatie met een e-mailadres. Wijkagenten die niet op internet te vinden zijn, worden buiten beschouwing gelaten. Wijkagenten die een pagina op een website hebben, maar voor het overige alleen telefonisch of na een persoonlijke afspraak bereikbaar zijn, worden ook buiten beschouwing gelaten. De wijze waarop zij internet gebruiken is te beperkt van omvang om ervaring met internet/e-mail op te kunnen doen.

De bezoeker van een website van een wijkagent komt in dit onderzoek slechts in beperkte mate aan de orde, namelijk via opmerkingen in gastenboeken e.d.. Als bezoekers van een website zich al bekend maken, volstaan ze vaak met het verstrekken van een (pseudo-) naam. Omdat onbekend is waarom sommige bezoekers wel en de meeste andere geen gebruik maken van gastenboeken kan er van enigerlei vorm van representativiteit geen sprake zijn. Veelal kan dan ook alleen het aantal bezoekers van een website worden bepaald. En zelfs dat is een twijfelachtig gegeven omdat een deel van de 'bezoekers' niet meer is dan vluchtige passanten.

#### 4 DE INVLOED VAN INTERNET OP ORGANISATIES

In de wijze waarop organisaties internet toepassen kan allereerst onderscheid worden gemaakt naar aspecten die het *interne* respectievelijk het *externe* functioneren van die organisaties raken. Verder kan de manier waarop een organisatie met internet omgaat worden geplaatst in een ontwikkelingsperspectief. Daarbij is sprake van organisaties die eerst *webbewust* worden, waarna ze zich kunnen ontwikkelen tot *webgeoriënteerd* om uiteindelijk in het stadium van de *elektronische organisatie (of -overheid)* te geraken, de zogenaamde "E-org" of "E-gov". Die drie categorieën kunnen als volgt worden getypeerd:

*Webbewuste organisaties* hebben een website waarop zij informatie over zichzelf verstrekken. De website fungeert als mededelingenblad, publicatiebord of "folderbak". Ze wordt meestal wel periodiek bijgehouden, maar is in principe 'statisch' van aard omdat een bezoeker slechts van de inhoud kan kennis nemen.

*Webgeoriënteerde organisaties* koppelen bedrijfsprocessen via internet aan elkaar. Bezoekers van de website van de organisatie kunnen daarop een boodschap achterlaten of een e-mailbericht verzenden. Omdat de organisatie hierop pas na enige tijd reageert, wordt zo'n website niet-interactief genoemd.

Pas als een bezoeker van een website direct informatie krijgt op specifieke vragen of behoeften, of als gegevens van de bezoeker bij een volgend bezoek weer worden gebruikt, kan gesproken worden over een 'interactieve' website (zie Oldenhuizing).

De 'E-org' of 'E-gov' is dan die organisatie die bij allerlei aspecten het internet toepast. Internet doorschijnt als het ware de gehele organisatie, wat ook wel wordt aangeduid met de term "transactief". Dat betreft dan aspecten als de organisatiestructuur, de stijl van leiding geven, de samenhang tussen doel, middelen en werkwijzen van de organisatie, de bijdrage daaraan van afzonderlijke werknemers of de samenwerking met andere organisaties.

Vaak worden hierbij dan nog kenmerken van 'customer relations management' of 'CRM' gebruikt. Daarbij gaat het om de relaties tussen organisaties onderling - 'business to business' of 'B-to-B' - zowel als om die tussen een organisatie en haar klanten - de 'business to customer' of 'B-to-C'.

Een voor het gebiedsgebonden politiewerk relevante variant hierop betreft de relatie met andere organisaties die in de wijk actief zijn respectievelijk met groepen 'klanten' als wijkbewoners of winkeliers. Gezien de positieve ervaringen met het gebruik van internet in het kader van politieke participatie en van buurtopbouw (zie Linders) mag verwacht worden dat de kwaliteit van het politiewerk zal toenemen als in het contact met wijkbewoners etc. ook internet wordt betrokken.

#### Samenvatting



Het hier geschetste ontwikkelingsperspectief kan als volgt schematisch worden samengevat (zie ook bijlage 2) :

<u>intern/organisatorisch</u>		<u>extern</u>
webbewust	-	- publicatiebord
webgeoriënteerd	- website wijkagent	- interactiemiddel
e-org/e-gov	-	- transactiemiddel

## 5 HET VERZAMELEN VAN GEGEVENS

### Het opsporen van websites

Aan de hand van verschillende internet-zoekmachines werd een aantal pagina's van wijkagenten opgespoord. De eerste zoektocht op het web vond plaats in november 2002 en deze werd in januari en mei 2003 nog eens herhaald. Dat leverde uiteindelijk drie verschillende groepen wijkagenten op (zie bijlagen 3.1, 3.2, 3.3 en 3.4):

- ⊗ wijkagenten met een eigen website en e-mailadres;
- ⊗ wijkagenten die op de website van een 'partnerorganisatie' zoals een gemeente of een buurtorgaan staan en een eigen e-mailadres hebben;
- ⊗ vijf regiokorpsen met een website met e-mailadressen van (de) wijkagenten.

Ter controle werd de 25 regiokorpsen per e-mail een brief toegestuurd met de vraag welke websites van wijkagenten bij hen bekend waren (zie bijlage 4). Dat leverde de volgende reacties op:

- ⊗ een e-mailadres bleek onbruikbaar;
- ⊗ een korps deelde mee dat er via e-mail geen informatie werd verstrekt;
- ⊗ elf korpsen reageerden in het geheel niet;
- ⊗ twee korpsen deelden mee dat het verzoek intern was doorgestuurd, maar verdere reactie is uitgebleven;
- ⊗ de overige tien korpsen stuurden een summiere maar bruikbare reactie.

Van de *websites in beheer bij wijkagenten zelf* bleek een aantal buiten gebruik of om andere redenen onbruikbaar. Uiteindelijk bleven er zeven over.

Ook van de *pagina's van wijkagenten op de website van een andere organisatie* bleek een aantal niet bruikbaar, met name omdat een e-mailadres ontbrak. Een van die websites bleek kort geleden te zijn 'ingeruild' voor een pagina op de korpswebsite, wat zeer bruikbare informatie opleverde. Verder bleken al deze websites in feite te slaan op een wijkteam.

Op vijf *korpswebsites* werd bruikbare informatie over wijkagenten aangetroffen. Aard en omvang daarvan bleken wel sterk te verschillen. Het beeld was als volgt:

- ⊗ op een korpswebsite stond een lijst met 120 namen van wijkagenten.
- ⊗ op een korpswebsite stonden alle 15 wijkteams van dat korps met een e-mailadres.
- ⊗ op een korpswebsite werden de e-mailadressen van 23 wijkagenten aangetroffen.
- ⊗ op een korpswebsite stonden 3 basiseenheden met een e-mailadres.
- ⊗ op een korpswebsite stond het e-mailadres van 12 wijkagenten en van 2 basiseenheden.

Van de laatste drie korpswebsites is onbekend waarom van sommige wijkagenten c.q. basiseenheden wel en van andere geen e-mailadres vermeld werd.

### Enquête en interviews

Gezien de aard van het onderwerp lag het voor de hand te kiezen voor een intensief gebruik van internet en e-mail. Daarmee kon het verzamelen van gegevens gekoppeld worden aan het opdoen van ervaringen met het gebruik van internet/e-mail door wijkagenten. Bij het opstellen van de vragenlijst werd uitgegaan van het geschetste ontwikkelingsperspectief. Op basis van de genoemde driedeling werd een vragenlijst opgesteld over de volgende onderwerpen:

- ⊗ het initiatief tot de website en het vaststellen van vorm, inhoud en opzet daarvan;
- ⊗ beheersmatige aspecten als de tijd die het opzetten en bijhouden van een website of e-mail kost, ervaringen met een e-mailprotocol, knelpunten en eventuele oplossingen daarvoor;
- ⊗ de mogelijke invloed op interne relaties met collega's, chefs e.d.;
- ⊗ de mogelijke invloed op externe relaties met partner-organisaties, met wijkbewoners e.d.

De vragenlijst werd afgestemd op de drie groepen wijkagenten. De enquête werd per e-mail verstuurd, vergezeld van een toelichting.

#### Omvang onderzoeksgroep en response

Drie wijkagenten 'met een pagina op de website van een andere organisatie' bleken in feite als beheerder van hun pagina op te treden. Zij werden daarom gevoegd bij de groep wijkagenten met een eigen website. Voor de anderen gold het omgekeerde, op grond waarvan zij gevoegd werden bij de groep wijkagenten met een pagina op een korpswebsite. Deze categorie wijkagenten verdween daarmee als aparte categorie.

Twee korpswebsites vermeldten waarschijnlijk alle e-mailadressen van wijkagenten respectievelijk wijkteams op hun website. Daaruit werd willekeurig een voldoende aantal potentiële respondenten getrokken aan wie een enquête werd toegestuurd. Voor die korpsen kan van representativiteit worden gesproken. Van de andere korpsen kon geen representatieve onderzoeksgroep worden samengesteld.

Uit de aangetroffen e-mailadressen werden 71 wijkagenten geselecteerd voor het onderzoek. De selectie kwam at random tot stand. Wel werd bij de definitieve samenstelling nog gelet op een redelijke geografische spreiding binnen de betrokken regio.

In enkele gevallen gaf de teruggestuurde vragenlijst aanleiding voor een aanvullend telefonisch interview.

#### Response

In totaal werden 83 enquêtes per e-mail verstuurd. Daarvan werden er 51 geretourneerd.

Enkele respondenten stuurden de vragenlijst per post retour. Alle anderen antwoordden per e-mail. Vaak werd om een leesbevestiging gevraagd, maar die kreeg iedere respondent die via e-mail reageerde. Enkele bleken te hebben gecontroleerd of het verzoek uit betrouwbare bron kwam.

Enkele respondenten bleken teamleider of teamcoördinator. Dat komt de bruikbaarheid van de door hen verstrekte informatie alleen maar ten goede.

Alle '*wijkagenten met een eigen website*' zowel als die '*met een pagina op de website van een andere organisatie*' werden aanvullend telefonisch geïnterviewd. Deze interviews verliepen in een zeer open sfeer.

De enquête onder met name de '*wijkagenten met een pagina op de korpswebsite*' bleek tamelijk uniforme antwoorden op te leveren. Dit beeld werd ondersteund door de informatie uit de telefonische interviews. Daarnaast leverden deze interviews nog veel aanvullende informatie op. Om die redenen werd afgezien van een rappelronde voor de enquête.

#### Welingelichte kringen

Naast de enquête en de interviews werd ook nog telefonisch met een achttal politie-ambtenaren gesproken die door hun functie een goed inzicht hadden in de stand van zaken rond dit onderwerp. Hun bereidheid om aan dit onderzoek mee te werken was groot en getuigde van een grote betrokkenheid op dit onderwerp (zie bijlage 8).

### Non-response

Een response van 60% op de enquête is zonder meer aanvaardbaar, temeer omdat een aantal wijkagenten en andere respondenten via e-mail of telefoon nog aanvullende informatie verstrekten. Tijdens het onderzoek groeide wel het idee dat niet iedere wijkagent voldoende met internet vertrouwd was om mee te kunnen doen:

“Als het nu niet is gelukt dan gooi ik de computer uit het raam”.

Gelukkig kon deze respondent worden gerustgesteld. Gelet op deze en soortgelijke opmerkingen werden enkele wijkagenten benaderd die niet gereageerd hadden. Zij werden alsnog telefonisch geïnterviewd over hun redenen om niet te reageren. Natuurlijk werd ook hierbij vertrouwelijkheid toegezegd.

Als redenen om niet te reageren werden genoemd:

geen interesse, want: “*we doen niet zoveel met internet*”;

- drukte, met name in verband met de oorlog in Irak en met de vogelpest,

- weinig ervaring met e-mailverkeer, met name onvoldoende inzicht in de (on)mogelijkheden van het gebruik van internet in vergelijking met de vertrouwde wijze van onderlinge informatie-uitwisseling.

Vooraf deze laatste factor lijkt een belangrijke rol te spelen.

## **6 BEVINDINGEN**

In de bijlagen 1.1 en 1.2 worden de bevindingen betreffende de korpswebsite vermeld.

In bijlage 3 worden de kwaliteiten van de websites besproken. De toegepaste criteria staan daarin vermeld.

De bijlagen 5 en 6 geven een uitgebreide samenvatting van de informatie die verkregen werd uit de enquête en de interviews. Hieronder worden de bevindingen thematisch weergegeven.

### Kwaliteit van de websites

In het voorjaar van 2003 bleken twee *korpsen* feitelijk nog geen eigen *website* te hebben. De andere korpswebsites bleken onderling qua opzet, toegankelijkheid en omvang soms zeer van elkaar te verschillen.

Op zes korpswebsites ontbraken gegevens over 'de' wijkagent of 'de' wijk.

Dertien korpswebsites verschaften daarover wel informatie, alhoewel de omvang daarvan soms zeer sterk verschild. Op enkele korpswebsites kunnen de bezoekers via de postcode direct doorklikken naar een 'wijkpagina' met daarop veelal gegevens van de betrokken 'wijkagent'. Twee korpsen verstrekten daarbij ook het e-mailadres van de betrokken wijkagent.

Op twee andere korpswebsites stonden die gegevens van enkele teams.

Op de meeste websites werd de bezoeker echter verwezen naar het algemene telefoonnummer van de politie (zie bijlagen 1.1 en 1.2).

Kwalitatief gezien is de grootste variatie te vinden in de *door wijkagenten zelf gemaakte websites*. Een groot voordeel van deze sites is de wijkgerichtheid. De keuze van onderwerpen en van links weerspiegelt de persoonlijke interesse van de makers. Links naar het eigen korps zijn zeldzaam. Wel staat op al die websites een e-mailadres.

Opvallend is het frequente gebruik van een gastenboek. De inhoud daarvan heeft soms wel wat erg veel weg van een 'poesiealbum'. Sommige sites zijn overladen met bewegende plaatjes. Op

andere verdwaalt men, vooral als er na een link naar een andere website geen apart venster wordt geopend.

De *wijkagentenpagina's op de website van andere organisaties* zien er over het algemeen (redelijk) professioneel uit. Op de meeste staat minder informatie dan op een korpswebsite. Zo ontbreken nogal eens gegevens over de bereikbaarheid. Een opvallend goede webpagina is die van de buurtregisseurs van Diemen.

De *pagina's die onderdeel zijn van een korpswebsite* zien er allemaal professioneel uit. De invulling ervan verschilt overigens nogal. De meeste korpswebsites hebben eenzelfde opzet. Enkele korpsen, zoals Amsterdam-Amstelland en M-W Brabant hebben een eigen vorm gekozen. Geen enkele korpswebsite steekt er echt bovenuit.

### Het initiatief voor een website

Nagenoeg alle *wijkagenten met een eigen website* waren zelf op het idee daarvoor gekomen en bleken die ook zelf te hebben ontworpen. Daarvoor werden verschillende redenen genoemd. Hobbyisme speelt zeker een rol, maar daarnaast worden ook genoemd een behoefte bij het publiek en de opvatting dat internet een onvermijdelijke ontwikkeling is:

“Kijk maar op politie.nl, dan weet u dat mijn korps achter de feiten aanloopt. Men heeft hier eerst alle energie in een eigen intranet gestoken en heeft de Korpswebsite op de lange baan geschoven. Dat is ook mede de reden dat ik zelf met mijn eigen website begonnen ben.”

Daarbij komt een kennelijke behoefte aan enige zelfstandigheid en herkenbaarheid. Want deze wijkagenten kijken wel op elkaars website, maar zoeken het liever eerst zelf uit en bepalen graag zelf welke onderwerpen en links op hun site komen. Veelzeggend is ook, dat enkelen hun website in stand houden ondanks dat die kennelijk niet past in het korpsbeleid:

“Geen beleid is bijvoorbeeld ook zichtbaar aan het feit dat men enkele maanden geleden op onze afdeling de enige stand-alone pc heeft weggehaald. Ik kon middels deze pc mijn website bewerken. Wij hebben nu alleen nog netwerkpc's. Ik kan daarom alleen nog maar thuis onderhoud plegen aan mijn website.”

Frustraties komen naar voren bij die paar wijkagenten die de eigen website moesten inruilen voor een plek op de website van hun korps. Traagheid, verlies aan herkenbaarheid en aan betrokkenheid of het zonder nadere toelichting afgesloten worden van de eigen website vormen een bron van ergernis. Het inruilen van de eigen website heeft volgens betrokkenen aantoonbaar geleid tot daling van het aantal e-mails en het verlies aan wijkgerichte informatie en -contacten.

Bij de *wijkagenten met een pagina op de korpswebsite* ligt de zaak eenvoudig. De meesten weten wel dat ze op internet staan, maar hebben er verder weinig mee van doen. Opzet en inhoud zijn volgens hen korpsbeleid.

Dat het korps een website had werd een enkele wijkagent dankzij de enquête gewaar:

“Ik wist niet eens dat er een korpspagina is en wat het adres is.”

### Doel van een website

De meeste *wijkagenten met een eigen website* noemen verschillende doelen, namelijk:

- ∞ extra informatie verschaffen en doorverwijzing,
- ∞ verbetering van de communicatiemogelijkheid
- ∞ verkleining van de afstand tussen politie en bewoners/burgers:

Bijna alle *wijkagenten met een pagina op de korpswebsite* noemen als doel zowel

- ∞ het geven van informatie over het werk en over bereikbaarheid als
- ∞ het vergroten van de contactmogelijkheden met wijkbewoners.

Het betrekken van wijkbewoners en in de wijk actieve instanties bij politiewerk en/of veiligheid in het algemeen wordt door een flinke minderheid als doel genoemd.

### Beheer van een website

Het opzetten en bijhouden van *een eigen website* kost veel tijd. Alle wijkagenten verklaarden dat het toch vooral hun eigen vrije tijd was geweest die ze erin hadden gestoken. Tijd speelde voor hen dan ook nauwelijks een rol. Negatieve kanten betreffen vooral technische beperkingen, het ontbreken van een directe toegang tot internet op hun werk en de soms ontoereikende administratieve ondersteuning. Als die belemmeringen kunnen worden opgeheven, merkte een van de respondenten op, dan:

“..... is er nog veel meer mogelijk”.

Bijna iedere *wijkagent met een pagina op de korpswebsite* gaat ervan uit dat zijn webpagina wordt bijgehouden. Slechts enkelen zeggen dat zij hun pagina aan eigen wensen kunnen aanpassen. Voor zover bekend hebben de betrokken korpsen daarover wel actief voorlichting gegeven.

Kennelijk is dat echter bij de meesten niet over gekomen.

Een niet te verwaarlozen deel van deze respondenten zegt er geen behoefte aan te hebben om de webpagina aan eigen wensen of behoeften aan te passen. De meesten hebben dat daarentegen wel en noemen dan vooral de mogelijkheid van wijkgerichte en interactieve informatie.

*Alles bijeen genomen* is de groep wijkagenten met een eigen website heel goed te karakteriseren als 'ondernemende pioniers' of als 'kleine zelfstandigen'. Want vooral door hun ondernemingszin en hun drang naar zelfstandigheid onderscheiden zij zich van collega's.

### Waardering voor de website

De *wijkagenten met een eigen website* ervaren daarvoor duidelijk waardering. Als voorbeelden worden genoemd het feit dat een teamchef faciliteiten verstrekt om de website in diensttijd bij te kunnen houden of opmerkingen van een burgemeester of van de beheerder van een buurtsite. En het beste bewijs is natuurlijk het stadsdeelbestuur dat de wijkagent beloont voor zijn website. Zo'n beloning zou een hele steun zijn voor die wijkagent waarvan de chef nauwelijks weet wat internet is. Want ook dat komt nog voor.

Voor zover de *wijkagenten met een pagina op de korpswebsite* daarover informatie krijgen, kan de publiekswaardering voor de korpswebsite het best worden samengevat met “saai maar nuttig”.

### Omvang van het e-mailverkeer

*Een eigen website met e-mailadres* leidt niet zonder meer tot een groot aantal e-mails met de wijk. Het aantal varieert van nagenoeg geen tot tientallen e-mails per week. Een gerichte publiciteitscampagne en het ruimhartig bekendmaken van het eigen e-mailadres blijken wel goede resultaten op te leveren. Het succes van een publiciteitscampagne voor groepsmail is daarvan een mooi voorbeeld (zie bijlage 7).

Sommigen noemen als een andere belangrijke voorwaarde voor succes het nauwgezet beantwoorden van binnenkomende e-mails. Volgens deze respondenten groeide het aantal e-mails daardoor fors.

*De meeste wijkagenten met een pagina op de korpswebsite* krijgen maar enkele e-mails per maand.

De eigen (on)bekendheid met het fenomeen e-mail speelt hierbij een rol. Daarnaast spelen factoren als het ontbreken van een kabelnetwerk en/of adsl in de wijk of een specifieke situatie waardoor aan persoonlijk contact de voorkeur wordt gegeven.

Sommige wijkagenten krijgen daarentegen wel veel e-mails. Enkelen melden tientallen e-mails per

kwartaal; een enkeling spreekt zelfs over honderden e-mails. Een omvangrijk e-mailverkeer komt waarschijnlijk echter pas tot stand als daarvoor actief reclame wordt gemaakt :

“Het is mij onbekend of alle e-mail die ik van wijkbewoners ontvang ook via de website is gekomen omdat mijn e-mailadres inmiddels breed bekend is bij partners en burgers. Ik ontvang gemiddeld 2 à 3 e-mails per week van nieuwe afzenders. Verder ontvang ik gemiddeld meer dan 8 e-mails per week van burgers waar ik al eerder e-mailcontact mee heb gehad.”

*De wijkagenten die veel e-mails ontvangen* beoordelen dat positief. In bijlage 5 staat daarvan een sprekend voorbeeld. Gemak, snelheid, nauwkeurigheid en anonimiteit zijn dan termen die gebruikt worden.

### De aard van e-mailberichten

*Alle wijkagenten* waarderen de mailtjes die ze krijgen voor het overgrote deel als functioneel. Het gaat dan om meldingen of tips betreffende overlast, horeca, milieu, conflicten etc. die zich in de wijk voordoen. Daarnaast wordt e-mail gebruikt om nadere informatie te vragen of om een afspraak te maken. Het betekent dat e-mailverkeer vooral het dagelijkse werk van de wijkagent betreft. Niemand noemde e-mail die van buiten de eigen wijk komt. Spam of plaagpost worden nauwelijks genoemd - zelfs niet door degenen die veel e-mails krijgen - en voor niemand levert het een probleem op.

### Het beheer van e-mailverkeer

*Alle wijkagenten* geven op dat zij e-mail “zo spoedig mogelijk” afhandelen. Veel tijd kost het niemand. Zelfs degenen die veel e-mails krijgen geven aan dat in korte tijd te kunnen verwerken. Een voordeel is natuurlijk dat e-mail kan worden afgehandeld op het moment dat het je goed uitkomt. Bij drukte wacht men er gewoon mee.

De meesten hebben de afhandelingstermijn voor e-mailverkeer in onderling overleg met een collega/chef bepaald. Termijnen die genoemd worden variëren van 'nog dezelfde dag', 'binnen twee dagen' tot 'enkele dagen'.

Enkelen gaan ervan uit dat een snelle beantwoording een positieve invloed heeft op de eigen geloofwaardigheid :

“Persoonlijk wil ik e-mails zo spoedig mogelijk beantwoorden. Het (spoedig) laten weten dat de e-mail is ontvangen en wat hiermee gedaan kan/gaat worden is voor mijn geloofwaardigheid een belangrijk gegeven.”

Een aantal respondenten gaf aan hun e-mails zo nodig thuis te beantwoorden. En een respondent stelde dat er altijd geantwoord moet worden:

“Neen is ook een antwoord.”

Een regelmatig geuite klacht betreft *het beantwoorden van e-mail bij afwezigheid*. Meestal wordt het beantwoorden van e-mail dan waargenomen door een collega of door het wijksecretariaat, maar van een goede regeling lijkt nergens sprake te zijn.

Ook noemt geen enkele respondent de noodzaak of het bestaan van controle op een goede afhandeling van e-mails. Enkele respondenten vermelden dat zij ooit een administratie van hun e-mailverkeer hadden, maar daarmee waren gestopt bij gebrek aan belangstelling of omdat het teveel tijd kostte. Ook een beheerssysteem voor e-mailverkeer wordt door niemand genoemd, ondanks dat zulke systemen al enige tijd verkrijgbaar zijn en bijvoorbeeld bij enkele gemeenten al in gebruik.

De termijn waarbinnen de enquête werd beantwoord varieerde van enkele dagen tot enkele maanden. De gemiddelde antwoordtermijn bedroeg drie weken.

Niemand reageerde met een formele ontvangstbevestiging. Wel reageerden enkelen met de mededeling dat zij binnenkort zouden antwoorden. In de meeste gevallen bestond de reactie uit het terugmailen van de ingevulde enquête.

Ongeveer een derde van de geënquêteerden reageerde in het geheel niet.

Ook kijkend naar het feit dat de helft van de korpsen op geen enkele wijze reageerde op een per

e-mail gedaan formeel verzoek om informatie, kan niet anders dan geconcludeerd worden dat de 'netiquette' van de politie nog voor verbetering vatbaar is.

### Gevolgen voor het werk en voor onderlinge verhoudingen

Effecten van een website of van e-mail op aspecten van het werk zijn er zeker. Omtrent de aard van die effecten zijn alle wijkagenten redelijk eensgezind:

- *De werkwijze, de aard van het werk en de relatie met collega's en chefs* lijken er niet door te worden beïnvloed.
- *Of het werkaanbod* erdoor wordt beïnvloed is onduidelijk. De verwachting loopt van "meer" via "meer van hetzelfde" naar "wie niet mailt belt wel", maar in het algemeen maakt men zich daarover geen zorgen.
- Op de vraag of de relatie met de buurt erdoor wordt beïnvloed, varieert het antwoord enigszins. De meesten ervaren geen verschil, maar enkelen noemen daarentegen veelbelovende voorbeelden en ervaringen. Gezien het volgende citaat lijken de mogelijkheden dan ook nog lang niet te zijn uitgeput:

"Voorbeelden van de reacties zijn dat mensen over veiligheidsitems mailen en in een geval is hieruit zelfs een werkgroep veiligheid en leefbaarheid in de wijk ontstaan. Ik mail mensen altijd terug over wat ze vooral zelf kunnen doen aan het probleem."

- De kwaliteit van het werk vindt men er op vooruit gaan, vooral voor wat betreft de relatie met andere organisaties in de wijk. Samenwerking met 'partners' lijkt nu al niet meer goed mogelijk zonder e-mail. De algehele invoering van een e-mailadres voor elke politie-ambtenaar heeft hierbij waarschijnlijk een grote rol gespeeld. Een respondent ten slotte noemt een voorbeeld van de wijze waarop e-mail de kwaliteit in de handhaving bevordert:

"Gemeente en Politie houden gezamenlijk een lijst bij over een horecaonderwerp waarbij steeds de meest recente versie wordt gemaild. Praktisch in uitvoering, eenduidig in het beleid naar ondernemers m.b.t. de handhaving en de informatiepositie."

### Eindoordeel over website en e-mail

De vraag of de website ook aan zijn bedoeling beantwoordt, wordt door *alle wijkagenten met een eigen website* volmondig bevestigd. Er is zelfs : "..... nog veel meer mogelijk".

Een kleine meerderheid van *de andere wijkagenten* meent, dat de bereidheid tot samenwerking van de buurt niet door een website beïnvloed wordt.

Dit oordeel is waarschijnlijk een gevolg van het feit dat zij weinig bemoeienis hebben met hun pagina op de korpswebsite en dat de korpswebsite als te algemeen of niet prikkelend genoeg wordt ervaren. Ook hebben de meesten een nog maar beperkte ervaring met e-mailverkeer.

### Reacties van bezoekers

Het antwoord op de vraag: "wat vindt men van de korpswebsite, wat hoor je erover?" varieerde weliswaar wat, maar kan worden samengevat onder de noemer: nuttig maar saai.

Sommige wijkagenten hebben op hun website een gastenboek. De daarin aangetroffen opmerkingen waren overwegend positief, zij het vaak ook een beetje 'poëzie-albumachtig'.

Sommige wijkagenten bleken naar aanleiding van opmerkingen in het gastenboek hun website te hebben aangepast.

Een duidelijk positieve waardering spreekt uit de opmerkingen in het gastenboek van de

jeugdwebsite van Rosmalen. Die website is echter nog maar betrekkelijk kort op het net en bovendien is het aantal reacties in het gastenboek beperkt.

Wat meer onafhankelijke informatie is afkomstig van een chatbox van het platform burger@overheid in najaar 2002. Daarop gaven enige tientallen bezoekers hun mening naar aanleiding van het e-mailproject van het wijkteam Apeldoorn Noord-Oost (zie hieronder bij 'e-chain'). Zij beoordeelden dit initiatief positief, mits de wijkagent voldoende tijd overhoudt om de straat op te gaan.

## 7 ENKELE BIJZONDERE UITKOMSTEN

Tijdens het onderzoek kwamen enkele bijzondere ontwikkelingen naar voren die hier kort worden beschreven.

### *Nieuwsbrief*

Het district West-Veluwevallei (regiokorps Gelderland-Midden) verstuurt sinds begin 2003 periodiek een nieuwsbrief naar e-mailadressen. Deze vorm van nieuwsvoorziening wordt ook wel een "e-zine" genoemd en is in het bedrijfsleven al lang gebruikelijk. Voor zover bekend is dit wel de eerste "politiE-zine".

Naast de gebruikelijke voordelen van e-mail werd deze e-zine opgezet om de eigen voorlichting te vrijwaren van de tussenkomst van anderen. De verantwoordelijkheid van politie en met name de journalistiek lopen immers niet altijd parallel.

Een e-zine biedt ook de mogelijkheid om snel en gericht informatie aan het publiek te vragen. Dat gebeurde bijvoorbeeld bij een ernstig geweldsmisdrijf, waar de bewoners uit de directe omgeving om inlichtingen werd gevraagd. Maar een e-zine leent zich natuurlijk voor allerlei vormen van voorlichting en informatie-uitwisseling.

Aangezien deze vorm van nieuwsvoorziening nog maar kort bestaat kan er over de voor- en nadelen nog weinig worden gezegd. Wel is dit idee al tijdens het onderzoek doorgegeven aan een aantal wijkagenten.

### *De 'e-chain' (zie bijlage 7)*

Tijdens een werkbezoek aan Londen zag een wijkagent de voordelen van e-mail, met name de mogelijkheid om zo gericht met wijkbewoners te kunnen communiceren. Door het aanleggen van een bestand met e-mailadressen kan gericht zowel individueel als via "groepsmail" informatie uitgewisseld worden.

Terug in Apeldoorn bleek er voldoende steun voor zijn idee. De voorbereiding werd grondig opgezet. Zo werden de wijkbewoners en nieuwsmedia schriftelijk geïnformeerd en werd een gebruiksovereenkomst opgesteld. Voorbeelden daarvan zijn in bijlage 7 opgenomen.

Dit project verliep aanvankelijk succesvol, maar als gevolg van enkele vacatures bleek het wijksecretariaat nauwelijks in staat het in de lucht te houden.

### *De jeugdwebsite Politie Rosmalen Chat.htm*

De jeugdagent van het wijkteam Rosmalen beheert sedert najaar 2002 een website die zich speciaal richt op de plaatselijke jeugd. Op de website staan onderwerpen als hangplekken, blowen, alcohol, huiselijk of zinloos geweld, vuurwerk en wapens. Ook kan er met de jeugdagenten gechat worden. De site ziet er goed verzorgd uit en biedt de mogelijkheid om heel gericht informatie te verspreiden en contact te leggen.

Afgewacht moet worden of er voor een lokale jeugdwebsite op den duur voldoende onderwerpen zijn die op een aantrekkelijke manier kunnen worden gepresenteerd. Sommige onderwerpen hebben immers een sterk lokaal karakter, terwijl andere onderwerpen meer regionaal of zelfs landelijk van aard zijn. Ook de tijd die nodig is om de website bij te werken is nog niet in te schatten.

Aangezien deze jeugdwebsite nog maar kort bestaat, zijn ook de ervaringen daarmee nog te beperkt voor een afgewogen oordeel. Wel is het initiatief de moeite waard om er de ontwikkeling van te volgen. Zo nodig kan de lokale basis worden versterkt door samenwerking met partners. Die ontwikkeling is al ingezet. Een andere mogelijkheid bestaat uit het laten uitgroeien van de website



naar een bovenlokaal of zelfs landelijk niveau. Tenslotte is internet op zich niet aan plaats of tijd gebonden, onderwerpen en mensen daarentegen wel.

### *Digitale fotografie*

Het team Assen-Noord bleek digitale fotografie te gebruiken. Zo krijgen aangevers ten behoeve van hun schadeaangifte foto's van inbraaksporen of van een verkeerssituatie via e-mail toegestuurd. Omgekeerd kunnen aangevers foto's van bijvoorbeeld gestolen voorwerpen per e-mail naar de politie sturen om te worden opgeslagen in het gedigitaliseerde dossier. Het versturen van foto's is immers net zo eenvoudig als bij het versturen van tekst. En verrassend veel mensen blijken al over een digitale fotocamera te beschikken.

Foto's kunnen natuurlijk ook worden toegevoegd aan een e-mailbericht zoals bij de hiervoor beschreven groepsmail. Op die wijze kunnen allerlei groepen snel en uniform worden geïnformeerd over tal van onderwerpen. Zo werden bewoners van een bepaald type woning aan de hand van foto's op de hoogte gesteld van de werkwijze van een 'hengelaar'.

### *E-mailexperiment*

Tijdens

het onderzoek bleek dat het regiokorps Utrecht al in 2000 ruim een half jaar met e-mail had geëxperimenteerd.

Via de regionale Kabelkrant en de korpswebsite werd een e-mailadres bekend gemaakt. Daarvan werd zeer veel gebruik gemaakt, veel meer dan men in het korps aan kon. Ook waren de e-mails niet allemaal relevant of vroeg men naar zaken die niet geleverd of niet goed beantwoord konden worden. Verder kreeg men de indruk dat veel mensen makkelijker e-mailen dan de telefoon pakken. Al met al betekende dit een forse groei van het werkaanbod. Dat kostte zoveel tijd en aandacht dat men met deze mogelijkheid is gestopt.

Wellicht is het Utrechtse experiment wat te vroeg gekomen en aan zijn eigen succes ten onder gegaan. De ervaringen van de wijkagenten die frequent, bijvoorbeeld gemiddeld elke dag een e-mailbericht krijgen, wijzen namelijk niet in de richting van overbelasting maar juist in die van tijdsbesparing.

## **8 CONCLUSIES en AANBEVELINGEN**

### ***Conclusies***

#### **1. Internet en politie**

Het gebruik van internet zowel door burgers als door (overheids)organisaties groeit zeer snel. In vergelijking daarmee loopt de politie bepaald niet voorop.

#### **2. Gebiedsgebonden politiewerk**

De politie hecht veel waarde aan de zgn. 'gebiedsgebonden' werkwijze, vooral gekenmerkt door 'kennen en gekend worden' en door 'samen met anderen'. Een intensief gebruik van internet en e-mail past daar heel goed bij.

Desondanks hadden voorjaar 2003 slechts dertien korpsen een website waarop informatie over 'de' wijkagent of 'de' wijk voor kwam. Vijf korpsen verstrekten op hun website de e-mailadressen van wijkagenten en wijkteams.

#### **3. Webbewust - webgeoriënteerd**

De websites van de politiekorpsen zijn nog hoofdzakelijk 'publicatieborden'. De politie verkeert daarmee in een stadium dat als 'webbewust' kan worden omschreven.

Wel zijn er (spaarzame) voorbeelden van een ontwikkeling in de richting van een meer 'webgeoriënteerde' politieorganisatie, zoals een chatbox voor de lokale jeugd of het gebruik van digitale fotografie ten behoeve van bijvoorbeeld een onderzoeksdossier.

#### 4. Kwaliteit van de websites van wijkagenten

Een tiental wijkagenten heeft een eigen website gemaakt. Er spreekt een grote betrokkenheid bij het werk en bij de eigen wijk uit. De kwaliteit van deze sites wisselt echter nogal. Sommige zijn van een bevredigend niveau; enkele andere hadden al lang van het net moeten worden verwijderd.

De korpswebsites, waaronder ook gerekend worden de websites van enkele partnerorganisaties, zijn professioneel van opzet. Voor zover er over gebiedsgebonden politiewerk informatie wordt verstrekt, beperkt die zich meestal tot bereikbaarheid c.q. een verwijzing naar 0800-4422.

#### 5. Belangrijkste bevindingen

De ervaringen van wijkagenten/wijkteams met het internet en met e-mail kunnen als volgt worden samengevat:

- ⌘ Verhoudingsgewijs zijn er nog maar weinig wijkagenten op internet actief. De meesten hebben niet meer dan een pagina op de website van hun korps en daaraan besteden ze nauwelijks tijd of aandacht.
- ⌘ Wijkagenten vinden een website vooral een communicatiemiddel. Daarnaast wordt als doel genoemd het betrekken van bewoners en organisaties bij politiewerk en veiligheid.
- ⌘ Het opzetten van een eigen website kostte de betrokken wijkagenten weliswaar veel tijd, maar ze deden het vaak als hobby. Eenmaal opgezet kost het bijhouden van de website niet zoveel tijd.
- ⌘ De meeste wijkagenten geven aan dat zij hun pagina (meer) willen afstemmen op hun wijk. Slechts weinig wijkagenten weten, dat zij dat ook mógen en een enkeling heeft het ook werkelijk gedaan. De interne voorlichting van de korpsen heeft hier kennelijk onvoldoende effect gesorteerd.
- ⌘ Wijkagenten met een eigen website ervaren daarvoor duidelijk waardering. Voor zover de anderen enige waardering horen, blijft die vnl. beperkt tot het oordeel 'saai maar nuttig'.
- ⌘ De meeste wijkagenten krijgen maar enkele e-mails per maand. Het gericht bekend maken van het e-mailadres blijkt wel te leiden tot forse groei van het e-mailverkeer. Dat wordt positief beoordeeld. Gemak, snelheid, nauwkeurigheid en de betrekkelijke anonimiteit van e-mail worden als voordelen genoemd.
- ⌘ Het overgrote deel van het e-mailverkeer wordt functioneel van aard genoemd. Spam of plaagpost komen nauwelijks voor en vormen in ieder geval geen probleem.
- ⌘ Het beheer van e-mailverkeer kost weinig tijd. Alle wijkagenten zeggen hun e-mails zo snel mogelijk te beantwoorden. Desondanks kan de 'netiquette' nog aanmerkelijk worden verbeterd, met name bij afwezigheid van langere duur.
- ⌘ Werkwijze, aard van het werk of de relatie met chefs en collega's lijken niet door een website of e-mails te worden beïnvloed.
- ⌘ Of het werkaanbod erdoor wordt beïnvloed, is onduidelijk. Men maakt zich daarover echter geen zorg omdat e-mail gezien wordt als een communicatiemiddel naast andere.
- ⌘ De meeste wijkagenten zeggen dat ze geen invloed op hun relatie met de wijk ervaren. Sommigen ervaren dat echter wel en zij noemen daarbij (zeer) positieve en veelbelovende effecten. In feite zijn zij betrokken bij het ontwikkelen van een elektronisch netwerk van organisaties in een wijk.
- ⌘ Vooral de relatie met partner-organisaties in de wijk lijkt positief door internet en e-mail te worden beïnvloed. Voordelen daarvan zijn efficiency en uniformiteit van het toezicht.

#### 6. Eindoordeel van wijkagenten

Wijkagenten met een eigen website beoordelen de mate waarin deze aan hun verwachtingen voldoet volmondig als positief.

De meeste wijkagenten met een pagina op de website van hun korps oordelen wat terughoudender. Dat komt waarschijnlijk door hun beperkte ervaring met internet en e-mail.

## 7. Oordeel van bezoekers

Voor zover het oordeel van bezoekers van websites van wijkagenten kon worden vastgesteld, was dat positief. Wel wordt door sommige bezoekers als voorwaarde gesteld, dat een website er niet toe mag leiden dat de wijkagent minder op straat komt.

## 8. Enkele opvallende initiatieven

Tijdens het onderzoek werden enkele opvallende initiatieven aangetroffen. Zij vormen het begin van een ontwikkeling in de richting van een veel actiever gebruik van internet door de politie. Veelbelovende ontwikkelingen zijn onder andere:

- een jeugdwebsite met een chatbox;
- een e-zine of elektronische nieuwsbrief;
- groepsmail;
- gebruik van digitale fotografie.

## **Aanbevelingen**

### 1. Investeren in elektronische communicatie

Ondanks de recente vernieuwing van de landelijke politiewebsite doet de Nederlandse politie bepaald nog niet mee aan de nieuwste ontwikkelingen van internet. Om te voorkomen dat de achterstand nog groter wordt, zal er moeten worden geïnvesteerd in de volgende generatie websites.

Deze investeringen dienen wel te worden ingebed in een landelijk communicatiebeleid. Het lijkt niet verstandig als elke regio bijvoorbeeld antwoorden bedenkt op vragen van algemene aard of faciliteiten bedenkt voor algemene behoeftes. Een landelijke trefwoordenlijst op het terrein van opsporing, veiligheid en andere politiezaken is daarvan een voorbeeld, evenals een website die opgebouwd is rond doelgroepen, thema's en portfolio's.

### 2. 'Veiligheidsportal'

Gebiedsgebonden politiewerk is een werkwijze die door nagenoeg de gehele Nederlandse politie wordt toegepast. Daarnaast ambieert de politie zo niet de regie, dan toch een herkenbare rol op het vlak van (wijk)veiligheid. Internet en e-mail kunnen daarbij uitstekende communicatiemiddelen zijn. De politie is echter nog maar nauwelijks begonnen de mogelijkheden daarvan toe te passen. Het verdient aanbeveling om dat met voortvarendheid uit te bouwen.

Zo biedt de landelijke politiewebsite een uitstekende mogelijkheid om op veiligheidsvlak als de toegangspoort ('portal') bij uitstek te gaan functioneren. Naast bijvoorbeeld virtuele rondleidingen door een politiebureau of in het kader van een project als 'Veilig wonen', kan er doelgericht gewerkt worden aan een hoogwaardig netwerk van gekoppelde websites.

### 3. Uniformiteit en diversiteit

In het kader van een landelijk internetbeleid van de politie dienen natuurlijk zoveel mogelijk dezelfde eisen aan de opbouw en het uiterlijk van websites te worden gesteld. Daarbinnen dient

dan wel voldoende ruimte te zijn om aan specifieke wensen en kenmerken van bijv. doelgroepen en wijken tegemoet te komen.

#### 4. Kwaliteitsverbetering

Als wijkagenten/wijkteams in hun werk veel meer gebruik gaan maken van internet en e-mail, zal dat de kwaliteit van hun werk ongetwijfeld ten goede komen. Zeker als daarbij ook e-zines, elektronische bulletins, groepsmail, digitale fotografie enz. worden betrokken. Wel zijn daarbij een strikte 'netiquette', een goede ondersteuning door het back-office en een e-mailbeheerssysteem onontbeerlijk.

#### 5. Proeftuintjes

Een (bescheiden) aantal politiemensen probeert internet en e-mail uit in het eigen werk. Het voordeel daarvan is dat creativiteit en ervaringen in direct verband staan met de politiepraktijk. Het nadeel is dat die ervaringen niet systematisch worden vastgelegd, dat ze nauwelijks met anderen kunnen worden gedeeld en dat er vaak zeer beperkte middelen voor handen zijn. Door systematisch met dergelijke initiatieven te gaan experimenteren, kunnen die nadelen worden ondervangen, terwijl geïnteresseerde politiemensen er toch direct bij betrokken kunnen blijven.

Om recht te doen aan de gevarieerde omstandigheden waaronder politiewerk wordt verricht, zullen er diverse experimenten naast elkaar moeten worden opgezet. Verder zullen dergelijke experimenten vooral het karakter van een proeftuintje moeten hebben. Dat wil zeggen dat al doende wordt nagegaan op welke wijze internet en e-mail kunnen worden ingepast in de behoeften en (on)mogelijkheden van de dagelijkse praktijk.

Natuurlijk moeten die proeftuintjes worden opgezet vanuit een goede beschrijving van de bestaande situatie (de 'nulmeting'), moeten evaluatiecriteria direct aan de politiepraktijk zijn ontleend en moeten de opgedane ervaringen voor de gehele politie toegankelijk zijn.

#### 6. Onderzoek per e-mail

Van de wijkagenten die per e-mail werden geënquêteerd, stuurde 60% de enquête ingevuld retour. Het gebruik van e-mail bij het enquêteren van politiemensen blijkt daarmee goed mogelijk en bevordert de efficiency. Wel zullen daarbij gedragsregels moeten gelden.

Voorkomen moet worden dat de op zich begrijpelijke vrees voor misbruik van gegevens ertoe leidt dat men niet aan een 'internet-onderzoek' meedoet. Het Programma Politie en Wetenschap zou de door haar gefinancierde onderzoeken daartoe kunnen voorzien van een betrouwbaarheidskeurmerk.

### Geraadpleegde literatuur

Accenture, The Government Executive Series - eGovernment Leadership - Realizing the Vision, '[www.accenture.com](http://www.accenture.com)', een internationale vergelijking over het jaar 2002

Asyikin, Nurul, Lessons in Community Building: An Inquiry into the role of weblogs in online community building, in: e-kennis nieuwsbrief d.d. 9-2-2003

CBS, Centraal Bureau voor de Statistiek, Permanent Onderzoek Leefsituatie, juli 2003, persbericht

Commissie ICT en Overheid (cie. Docters van Leeuwen), Burger en overheid in de informatiesamenleving - de noodzaak van institutionele innovatie, Den Haag, 2001

Delst, Ingrid van, et al. Politie en Internet, s.l, Fontys Hogeschool, 2001, [i.o.v.](#) Politie Brabant-Zuid-Oost

Dijk, J. A. G. M. van, De digitale kloof wordt dieper – van ongelijkheid in bezit naar ongelijkheid in vaardigheden en gebruik van ICT, Den Haag/Amsterdam 2003, in opdracht van KCGS/SCM

Engbersen, Leon, c.s., Politie en Internet : een logische combinatie?, Enschede 2000

Gemeenten gemeten, een onderzoek uitgevoerd door het SGBO - VNG in opdracht van de Volkskrant en gepubliceerd op 8-8-2003. Zie ook de website '[volkskrant.nl/gemeentengemeten](http://volkskrant.nl/gemeentengemeten)'

Hewson, Claire, Peter Yule, Dianne Laurent, Carl Vogel, Internet Research Methods - a practical guide for the social and behavioural sciences, Sage 2003, ISBN 0761959203

Huijboom, Noor, Marco Meesters en R. Titulaer, Andere landen doen het beter - drie vergelijkende casestudies, Zenc, febr. 2003

Integratie Nederlandse Moslims sterk gestimuleerd door internet, Persbericht Cyburg d.d. 13-3-2002

Kampstra, A., E-mail analyse: afhandeling van e-mail '[www.politie.nl](http://www.politie.nl)', NPI/Den Haag 2002

KBPS (Kennisbank Benchmarks Publieke Sector), [www.minbzk.nl](http://www.minbzk.nl) d.d. 7-4-2003

KCGS, Kennisgids 2002/2003, Site seeing voor professionals, uitg. Kenniscentrum Grote Steden, 2003, ISBN 90-76115-41-9

Linders, Lilian en Jan Steyaert:

- Verbinden buurtwebsites mensen?, Rode Draad, notitie nr. 2/2002
  - Over e-participatie en politieke betrokkenheid, Rode Draad, notitie nr. 3/2003,
  - Internet, home voor etnische groepen, Rode Draad, notitie nr. 4/2003
- gepubliceerd op de website van het Kenniscentrum Grote Steden (kcgs.nl of sqm.nl)

Neilson, Gary L., A. Pasternack and Albert J. Viscio, Up the (E)Organization!: A Seven-Dimensional Model for the Centerless Enterprise, <http://www.strategy-business.com/strategy/00106>

Oldenhuizing, J.W. en R. Titulaer, Transactiewebsites overheden - onderzoek naar ontwikkelingen en best practices in transactiewebsites tussen overheid en burger, Zenc, oktober 2002.

Steenhoven, Joeri van den e.a., Toekomst van de trapvelden – een digitale injectie voor sociale kwaliteit van de wijk. Netwerk Digitale Trapveld/SQM, ISBN 90-77389-01-6

Stol, Wouter Ph., Politieoptreden en informatietechnologie – over sociale controle van politiemensen, Kon. Vermande 1996, pg. 196

Wijzer, uitg. Kon. Vermande, no. 1/2002, themanummer 'De wijk op het web'

Zoomer, Olga c.s., De gebiedsgebonden politiezorg als uitdaging, IPIT/Univ. Twente, 2002