

VAN STROHALM TOT STRATEGIE

EEN ONDERZOEK NAAR ERVARINGEN MET
OPSPORINGSBERICHTGEVING VIA ELEKTRONISCHE MEDIA

drs. A. Kuijvenhoven

‘HET BEGINT MET EEN IDEE’

Bureau Kuijvenhoven

sociaal-wetenschappelijk onderzoek
gespecialiseerd in politie en veiligheid

Vlaardingen, juni/juli 2005
drs. Arie Kuijvenhoven

Inhoudsopgave

	Pagina
Samenvatting	5
Summary	7
Inleiding	8
Hoofdstuk 1. Ontwikkelingen rond opsporingsberichtgeving	10
1.1 Opsporing en tv	10
1.2 De komst van commerciële omroepen	11
1.3 De komst van regionale omroepen	11
1.4 Opsporingsberichtgeving	11
1.5 Voorlichting en Infotainment	13
1.6 Multimediale opsporingsberichtgeving	15
1.7 Opsporingsberichtgeving' door burgers	16
Hoofdstuk 2. Onderwerp en opzet van het onderzoek	18
Hoofdstuk 3. Bevindingen	20
3.1 Overzicht van media	20
3.2 Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving en Regionale Mediacommissies	23
3.3 Politieproducer	26
3.4 Selectie van zaken	28
3.5 Productieproces	31
3.6 Kijkcijfer van landelijke opsporingsprogramma's	34
3.7 Dagbereik van regionale omroepen	35
3.8 Kenmerken van kijkers	38
3.9 Tipgever en tip	40
3.10 Baten en Kosten	41
3.11 Enkele bijzondere vormen	45
Hoofdstuk 4. Samenvatting van de bevindingen	53
4.1 Overzicht van opsoringsmedia	53
4.2 Landelijke Selectiecommissie Opsoringsberichtgeving (LSO) en Regionale Mediacommissies (RMC)	53
4.3 Politieproducer	53
4.4 Selectie van Zaken	53
4.5 Productieproces	54
4.6 Kijkcijfers van landelijke opsporingsprogramma's	54
4.7 Dagbereik van regionale omroepen	54
4.8 Kenmerken van kijkers	55
4.9 Tipgever en tip	55
4.10 Baten en kosten	55
4.11 Enkele bijzondere vormen	56

Hoofdstuk 5. Conclusie en Aanbeveling	57
Bijlage 1. Geraadpleegde personen	59
Bijlage 2. Geraadpleegde literatuur	60
Bijlage 3. Hoofdvragen bij interviews	62
Bijlage 4. Overzicht regionale opsporingsprogramma's	63

Samenvatting

Aanleiding en Doel onderzoek (hfd. 1)

Opsporingsberichtgeving is een methode waarbij burgers wordt gevraagd om hun medewerking bij het oplossen van een misdrijf. Daarbij worden allerlei communicatiemiddelen gebruikt, variërend van een getuigenoproep in een huis-aan-huisblad tot de reconstructie van een model van het hoofd van een slachtoffer.

Het gebruik van elektronische middelen groeit snel. Naast het alom bekende 'Opsporing Verzocht' zijn er de laatste jaren een tiental andere tv-programma's opgezet, met name bij de regionale omroep. Ook het gecombineerd gebruik van communicatiekanalen groeit snel. Veel tv-programma's hebben een eigen website, waarmee allerlei andere mogelijkheden ontstaan zoals het 'a la carte' samenstellen en 'on demand' bekijken van een programma. Een nadeel hierbij is wel, dat het steeds lastiger wordt om bepaalde bevolkingsgroepen te bereiken. Ook is er nog weinig gelegenheid geweest om ervaringen systematisch te onderzoeken. Dit onderzoek richt zich daar juist wel op. Door de aard van het onderwerp heeft het onderzoek een vooral explorerend karakter.

Werkwijze (hfd. 2)

Naast literatuuronderzoek en het verzamelen van een aantal gegevens over bijvoorbeeld het kijkgedrag, werden ruim dertig personen geïnterviewd. De meeste respondenten zijn op een of andere wijze betrokken bij opsporingsberichtgeving via tv, internet en dergelijke.

Bevindingen (hfd. 3)

De uitkomsten worden aan de hand van een aantal thema's besproken, zoals :

- Het functioneren van de Landelijke Selectiecommissie. Opsporingsberichtgeving en de Regionale Mediacommissies (RMC).
De manier van werken van de RMC's verschilt aanzienlijk. Een vraag is, op welke wijze die commissies invulling kunnen geven aan hun sturende en controlerende rol.
- De functie van politieproducer en de organisatorische ophanging daarvan.
Vaak werkt een politieproducer bij de afdeling voorlichting/communicatie. Dat is weliswaar begrijpelijk, maar heeft als nadeel dat makkelijk de onjuiste indruk wordt gewekt dat opsporingsberichtgeving geen researchwerk zou zijn.
- Kijkcijfers en dagbereik van de regionale omroepen.
Daaruit blijkt, dat opsporingsprogramma's een in potentie krachtig opsporingsmiddel zijn.
- Kenmerken van kijkers en tipgevers.
Daarover is nog maar weinig bekend, met name de motieven van tipgevers.
- Kosten en baten van opsporingsberichtgeving:
De gegevens die nodig zijn voor een heldere afweging van kosten en baten, ontbreken gedeeltelijk.
Incidenteel worden er wel gegevens over behaalde resultaten bijgehouden. De daarbij gehanteerde criteria wijken echter zozeer af van de criteria die bij misdrijfstatistiek gebruikelijk zijn, dat een goede vergelijking onmogelijk is.
Naast het hoofddoel realiseert opsporingsberichtgeving ook andere doelen, zoals het kunnen inspelen op maatschappelijke onrust.
Over de kosten van opsporingsberichtgeving is weinig bekend. Slechts een enkele politieproducer of omroepmedewerker had daarvan een redelijk idee.
Desondanks lijkt de balans positief uit te vallen, met name omdat:
 - er zaken direct of mede door opsporingsprogramma's worden opgelost.
 - goederen worden teruggebracht bij eigenaars.
 - er soms belangrijke nevendoelen worden gerealiseerd zoals een groter inzicht in opsporingswerk en in riskant maatschappelijk gedrag.
 - opsporingsberichtgeving gebruik maakt van moderne media. Zou dat niet gebeuren, dan zouden politie en justitie aan geloofwaardigheid verliezen.

De Conclusie : vrijblijvendheid

Op basis van dit onderzoek wordt geconcludeerd dat er met opsporingsberichtgeving te vrijblijvend wordt omgegaan. Daarmee wordt bedoeld dat er nog zó weinig over opsporingsberichtgeving als methode bekend is, dat iedereen vrijelijk het eigen inzicht kan volgen.

Die vrijblijvendheid komt ook naar voren bij de manier waarop wordt omgegaan met opsporingsberichtgeving als strategisch instrument. In een aantal korpsen is er een duidelijke plaats voor ingeruimd. Daar wordt gewerkt met een of meer vaste producers die een netwerk van contacten hebben, een website verzorgen, een 'e-zine' rondmailen etc.. In andere korpsen is het een neventaak voor een medewerker van de afdeling communicatie of laat men het voornamelijk over aan het oordeel van een individuele rechercheur of zijn/haar chef.

De Aanbeveling : professionalisering

De vrijblijvendheid rond opsporingsberichtgeving kan het best worden ondervangen door deze methode van begin tot eind te professionaliseren. Wat betekent dat alle aspecten ervan eens grondig tegen het licht worden gehouden en op hun bruikbaarheid worden bezien. Daartoe is wel vereist, dat opsporingsberichtgeving wordt erkend als een volwaardig samenstel van opsporingsmiddelen, naast de technische recherche. Doordacht opgezet en goed gebruikt kan opsporingsberichtgeving uitgroeien tot een krachtig middel. Het hoort dan ook niet thuis bij 'voorlichting', ook al is een nauwe relatie daarmee heel efficiënt.

De noodzaak tot een strategische aanpak van opsporingsberichtgeving dringt. De technologische veranderingen gaan niet alleen snel, ze trekken ook diepe sporen in ons dagelijks leven. Een strategische aanpak van opsporingsberichtgeving moet verder passen bij de ingrijpende wijzigingen van het Nederlandse omroepbestel. Bij het zoeken naar eigentijdse oplossingen zullen de ervaringen in België waarschijnlijk heel bruikbaar blijken.

Summary : “From Straw to Strategy”

As in other countries the Dutch police seek the cooperation of the general public in the investigation of criminal cases. This so called 'investigative communication' ('opsporingsberichtgeving') covers a variety of techniques for communicating aspects of a specific crime to the public, ranging from 'old fashioned' posters to websites, all aiming for help from witnesses.

Since 1983 one of the Dutch tv networks weekly presents a programme titled 'Opsporing Verzocht' (Wanted!, cf. the English 'Crimewatch' and the German 'XY-Ungelöst'). In every show the public is invited to assist in the criminal investigation of a case by a short reconstruction, a cctv scan and/or photo's. The required intelligence is introduced by a police officer.

Since the beginning of the 1990's commercial as well as provincial tv stations are also active in this part of the criminal playing ground. The most recent development is the combination of a tv programme with a radio announcement, newspaper coverage, an electronic newsletter ('e-zine'), a website with a guest book, an archive etc. These combined means are a remarkable step to information 'on demand' and 'a la carte'.

All programmes claim to be successful but hard data to uphold these claims are rare. The leading question of this study therefore is to gather data on a variety of aspects of 'investigative communication'.

About 30 police officers, tv staff and some others were interviewed extensively. If necessary and possible the interviews were extended by statistics, e.g. about number of people watching the tv programmes. The important aspects of 'investigative communication' are analysed .

The study is restricted to the situation in the Netherlands. Germany, England and especially Belgium offer worthy comparisons. In Belgium, with a bilingual public network on a highly competitive tv market, the police has to deal directly with a number of press agencies and (provincial or regional) tv stations. This very well might be the future for the Dutch police.

It is concluded that the Dutch police lack a clear insight in the costs and the benefits of this type of criminal investigation, in the effects of the techniques used and in the motives of citizens to watch a 'police show' and/or to become an informant. Almost all police officers working in this part of the profession have gained their knowledge by experience. Many detectives are of the opinion that 'investigative communication' is much more a part of public relations than of ordinary criminal investigation. They very seldom give feed back about the usefulness of intelligence - a world wide characteristic of the investigative profession.

Despite noteworthy results 'investigative communication' is much more based on commitment by those directly involved than on professional knowledge. Therefore it is advised to professionalize 'investigative communication' from the very beginning to the bitter end.

Inleiding

Doel van het onderzoek

Opsporingsberichtgeving, dat wil zeggen burgers vragen om hun medewerking bij het oplossen van een misdrijf, is waarschijnlijk een heel oude werkwijze. Dat gebeurt tegenwoordig op allerlei manieren zoals getuigenoproepen in huis-aan-huisbladen of in dagbladen, buurtonderzoeken, het uitloven van beloningen, straatinterviews, foldertjes of zeer bijzondere vormen als de reconstructie van het hoofd van een slachtoffer. Het gebruik van elektronische kanalen is ook niet nieuw. De bekende politieberichten worden al 'sedert mensenheugenis' na een radio- of tv-nieuwsbulletin uitgezonden. En in Duitsland loopt het tv-programma Aktenzeichen XY-Ungelöst al ruim 35 jaar.

Opsporingsberichtgeving is zozeer en al zo lang onderdeel van het proces van waarheidsvinding in misdrijven dat het daaruit niet weg te denken valt. Dat technische ontwikkelingen van invloed zijn op de methoden waarvan bij opsporingsberichtgeving gebruik kan worden gemaakt, spreekt vanzelf. Vooral de laatste jaren zien we een aanmerkelijke groei van opsporingsberichtgeving via met name tv en internet. Het zijn middelen die, vooral in combinatie, ongekende mogelijkheden bieden. De ervaringen die daarmee worden opgedaan zijn echter niet onmiddellijk voor alle betrokkenen toegankelijk. Het kost tijd om zulke ervaringen op te doen en vervolgens kost het tijd om ze te inventariseren, te systematiseren, te analyseren en de mogelijke conclusies en aanbevelingen daaruit te verspreiden.

Dit onderzoek wil daaraan een bijdrage leveren.

Twee visies

Opsporingsberichtgeving kan gezien worden als een middel om burgers bij de handhaving van de rechtsorde te betrekken. Door het vragen om medewerking maken politie en justitie duidelijk dat ze hun taak niet in afzondering kunnen en willen uitvoeren, maar daartoe de hulp van de samenleving nodig hebben.

Traditioneel wordt tegenover deze maatschappelijke visie op opsporing een visie gesteld, waarbij justitie en politie veel meer vanuit een technocratische positie hun werk verrichten. De leidraad daarbij is dat rechercheurs door ervaring, kennis en inzicht in en opsporingsonderzoek superieur zijn ten opzichte van de ervaringen van een betrokken burger. Zaken worden daarbij opgelost door het elimineren van mogelijke verdachten aan de hand van technisch bewijs, van zelf opgespoorde getuigen of van een doordachte tactische aanpak¹.

Dat in de praktijk beide visies elkaar bepaald niet uitsluiten weet niet alleen elke insider, maar ook elke geïnteresseerde buitenstaander. In de dagelijkse praktijk zien we immers dat niet alleen bij uitgebreide recherche-onderzoeken maar ook bij het onderzoek naar alledaagse misdrijven beide benaderingen worden toegepast. Desondanks zien we dat soms de ene benadering de voorkeur krijgt en soms de andere. Zelfs op nationale schaal zien we die verschillen. Zo kent men in Frankrijk noch in zuid-Europa opsporingsprogramma's zoals die in Duitsland, Engeland of bij ons al tientallen jaren bestaan. Vooral in landen als Frankrijk en Italië is dit een gevolg van een visie op politiewerk waarin opsporingsprogramma's (nog steeds) niet passen.

Dichter bij huis blijkt het verschil in benadering ook nog steeds te bestaan. Als gekozen moet worden tussen een meer technische benadering of het inschakelen van het publiek via een tv-uitzending, kiest menig rechercheur vaak voor het eerste. Tijdgebrek is daarbij een veel gehoord argument. Dat kan een legitiem argument zijn, maar is tegelijk ook wat eenzijdig. Want stel nu dat we weten dat inschakeling van het publiek via een opsporingsbericht de kans op oplossing aanzienlijk vergroot. Dan zou tijdgebrek als argument waarschijnlijk minder zwaar gaan wegen.

Een recent voorbeeld van dit dilemma biedt ook het rapport 'Spelverdeler in de opsporing'

1 zie Kuijvenhoven, 1985, pg. 216-217

van de Raad van Hoofdcommissarissen. In dat rapport wordt terecht gewezen op het grote nut dat verwacht mag worden van goed forensisch onderzoek. Alleen worden de verwachtingen niet getemperd door bijvoorbeeld een afweging van de mogelijkheden die technieken als opsporingsberichtgeving kunnen bieden. De keuze die in het rapport gemaakt wordt ten gunste van investeringen in bijvoorbeeld dna-technieken is zo bezien enigszins eenzijdig.

Door het bijeenbrengen van gegevens over opsporingsberichtgeving wil dit onderzoek ook een bijdrage leveren aan een zo goed mogelijke afweging van soms onverenigbare belangen. Alhoewel geld bij de opsporing terecht niet de hoofdrol speelt, kan ook Vrouwe Justitia een euro slechts een keer uitgeven.

Politie en Wetenschap

De hierboven genoemde overwegingen waren voor het Programma Politie en Wetenschap redenen om een voorstel voor een onderzoek te honoreren met een opdracht. Het vertrouwen van de opdrachtgever bleek een hele steun in de rug bij het verzamelen van gegevens. Want menig respondent was op zijn minst verbaasd te horen dat zijn of haar werk zo'n onderzoek waard was. Het is te hopen dat dit rapport ertoe bijdraagt dat er voor hun werk wat meer aandacht komt.

Leeswijzer

Dit rapport is als volgt opgebouwd.

Geopend werd met een *Samenvatting / Summary*. In hoofdstuk 4 staat een uitgebreidere samenvatting van de bevindingen uit hoofdstuk 3.

In *Hoofdstuk 1* worden in het kort enkele (historische) ontwikkelingen rond opsporingsberichtgeving beschreven.

In de laatste paragraaf van dat hoofdstuk wordt de grens van opsporingsberichtgeving bereikt en zelfs overschreden. Want opsporingsberichtgeving is nu eenmaal geen monopolie van justitie of politie. Ook burgers gebruiken bijvoorbeeld internet om kinderporno op te sporen of om elkaar te waarschuwen voor een oplichter.

In *Hoofdstuk 2* wordt de keuze van het onderzoeksthema toegelicht en wordt de werkwijze besproken.

In *Hoofdstuk 3* komen vervolgens de ervaringen en bevindingen van de respondenten aan de orde. Waar nodig wordt door de woordkeus duidelijk gemaakt of er sprake is van een meer algemene opvatting of dat een bevinding gebaseerd is op het oordeel van een of enkele respondenten. Waar nodig en mogelijk werden de persoonlijke oordelen aangevuld met gegevens uit andere bronnen.

Op die manier is geprobeerd een zo volledig mogelijk beeld van de stand van de opsporingsbericht-geving samen te stellen. Dit beeld wordt gecompleteerd door een verkenning van het grensgebied van opsporingsberichtgeving aan de hand van diverse vormen van public-private-partnership.

In *Hoofdstuk 4* worden de bevindingen van Hoofdstuk 3 samengevat.

In *Hoofdstuk 5* worden een conclusie geformuleerd en een aanbeveling gedaan.

Hoofdstuk 1. Ontwikkelingen rond opsporingsberichtgeving

1.1 Opsporing en tv

Voor zover bekend had het VARA-programma 'Achter het Nieuws' in 1964 de primeur van opsporingsberichtgeving op de Nederlandse televisie. Op initiatief van een jonge politie-inspecteur, Jan Blaauw, werd tien minuten lang aandacht besteed aan een geruchtmakende dubbele moord in Rotterdam-zuid. Blaauw lichtte de zaak op tv toe en vroeg mogelijke getuigen om hulp. Tijdens de uitzending woedde er juist boven het Rijnmondgebied een zwaar onweer. Bovendien was de televisiedichtheid in die jaren nog niet zo hoog. Toch kwamen er in de weken na de uitzending honderden tips binnen, maar helaas geen gouden tip.

Opsporing via de tv bleef in de jaren daarna betrekkelijk zeldzaam. In het toenmalige West-Duitsland werd het nog steeds bestaande Aktenzeichen XY-Ungelöst bedacht. Dat programma werd in 1968 via een Eurovisie-uitzending in samenwerking met de AVRO in ons land bekend. Pas in het seizoen 1975-1976 bracht de AVRO als proef twee keer een eigen opsporingsprogramma. Ondanks torenhoge kijkcijfers vonden politie en vooral justitie de proef niet geslaagd. De tv-uitzendingen hadden wel tips maar geen opgeloste zaken opgeleverd. Als oorzaak werd genoemd dat men oude zaken had gepresenteerd.

In het seizoen 1982-1983 probeerde de AVRO het opnieuw, nu met vijf uitzendingen onder de titel

"Opsporing Verzocht". Die uitzendingen waren een groot succes. De eerste werd door ruim 2½ miljoen mensen bekeken en de laatste zelfs door ruim 4 miljoen. Bovendien werd een moordzaak die in het eerste programma was uitgezonden al binnen een week opgelost. Bij nader inzien was die zaak zonder de tv waarschijnlijk echter ook wel opgelost, terwijl andere spectaculaire oplossingen uitbleven.

De hoge kijkdichtheid van het begin leverde ook veel tips op, gemiddeld zo'n 70 per zaak. Daarvan werd de helft als serieus bestempeld. Toch leidden al die tips verhoudingsgewijs maar tot betrekkelijk weinig opgeloste zaken. Met name vanuit de hoek van de reclassering werd daarop gewezen. Ook maakten critici bezwaar tegen de manier waarop zaken soms werden gepresenteerd. Zo werd de echtgenote van een vermoorde man aangesproken alsof zij verdacht werd van die moord.

Verder was er kritiek op de manier waarop het 'succes' van het programma werd vastgesteld. Elke zaak die was uitgezonden en die later werd opgelost, werd voor het oplossingspercentage meegeteld. Dat kwam daarmee op ongeveer 50 %. Dat het oplossingspercentage voor bijvoorbeeld levensdelicten in werkelijkheid toen boven de 90 % lag, werd daarbij buiten beschouwing gelaten. Volgens de critici was dat niet terecht.

Naast kritiek op de effectiviteit van opsporing via de tv was er ook kritiek op de opzet van Opsporing Verzocht. De kern van de kritiek betrof het feit dat het programma werd gepresenteerd door een alom gerespecteerd journalist, terwijl er van journalistiek niet kon worden gesproken. Er werden immers misdrijven gepresenteerd waarover vragen aan het publiek werden gesteld, terwijl daarbij van journalistieke keuzevrijheid nauwelijks meer sprake was.

De bekritiseerde presentator bestreed deze kritiek overigens met verve². De vraag naar de verhouding tussen de belangen van journalistiek respectievelijk van opsporing was daarmee overigens niet van tafel. Ze is dat ook nooit geweest, alhoewel dat thema in de jaren daarna van karakter veranderde en sinds het midden van de jaren 1990 vooral wordt aangeduid met de term 'infotainment'. Een term waarmee wordt aangegeven dat er spanning bestaat tussen soms gortdroge feiten en de noodzaak om die zo te presenteren dat mensen naar een programma willen kijken. Hieronder wordt daarop nog teruggekomen.

2 kritiek op Opsporing Verzocht kwam in die jaren vooral van de kant van de reclassering. Zie Godfroy en van der Velden

Ondanks alle kritiek had Opsporing Verzocht ondertussen zoveel vaste voet aan de grond gekregen, dat het sinds het tv-seizoen 1984 -1985 op het programma staat en zelfs navolging heeft gekregen. De tijd bleek er rijp voor³.

1.2 De komst van commerciële omroepen

Grote ontwikkelingen rond opsporing via de tv bleven vervolgens uit tot de komst van de “commerciële” in het begin van de jaren 1990. Met name misdaadverslaggever Peter R. de Vries speelde hierin een rol. In zijn tv-programma besteedde hij bijvoorbeeld jarenlang aandacht aan de Puttense moordzaak. Dat betrof een jonge vrouw die in de woning van haar oma vermoord was en waarvoor twee mannen waren veroordeeld. In zijn tv-programma kwam De Vries herhaaldelijk met nieuwe gegevens over die zaak. Hij werd daarin bijgestaan door de al genoemde Blaauw, ondertussen gepensioneerd hoofdcommissaris. Hun activiteiten droegen uiteindelijk bij aan de vrijspraak van beide veroordeelden.

De eigen stijl waarmee De Vries opsporing op tv bracht, trekt vooral kijkers in de leeftijdsgroep tot dertig jaar. Het publiek van Opsporing Verzocht daarentegen bestaat voor een aanzienlijk deel uit vijftigers, met een oververtegenwoordiging daarin van vrouwen. Om ook de twintigers en dertigers (weer) te interesseren voor opsporing via de tv, maakte het Openbaar Ministerie voor het seizoen 2004-2005 ook met SBS 6 afspraken. Als proef zouden zes maandelijkse opsporingsprogramma's worden uitgezonden. Op het moment dat dit rapport werd afgesloten, was nog onduidelijk of de proef wordt voortgezet.

1.3 De komst van regionale omroepen

Naast ontwikkelingen op de landelijke tv-netten bleken ook sommige regionale publieke zenders interesse te hebben in een soort opsporingsprogramma. De oudste twee initiatieven daartoe dateren van 1997/1998. Uit het overzicht van regionale opsporingsprogramma's (zie Hoofdstuk 3) blijkt dat de meeste dateren van na 2000. En ook al voltrekt deze ontwikkeling zich in betrekkelijke stilte, het aantal mensen dat met enige regelmaat naar het regionale opsporingsprogramma kijkt, is er niet minder om.

De organisatie van de regionale omroepen wijkt in die zin van de organisatie van politie en justitie af, dat de omroepen op provinciale schaal werken. Naast de situatie waarin er per provincie een omroeporganisatie, een politiekorps en een arrondissement is, zijn er ook provincies waar per omroep meerdere politiekorpsen en arrondissementen zijn. Een overzicht daarvan staat in Hfd. 3 par. 2.

1.4 Opsporingsberichtgeving

Het Openbaar Ministerie omschrijft de term opsporingsberichtgeving als “het onder verantwoordelijkheid en regie van het Openbaar Ministerie door middel van openbare media inschakelen van het publiek bij de opsporing van bepaalde strafbare feiten.”⁴ Het gaat dan om het publiceren van gegevens van een misdrijf, in de hoop dat burgers met aanvullende informatie komen waardoor het misdrijf kan worden opgelost. Opsporingsberichtgeving valt onder de verantwoordelijkheid en de regie van het Openbaar Ministerie en kan alleen worden ingezet indien er een contract is gesloten met degene die opsporingsberichtgeving via de openbare media zal aanbieden. Dit kan zowel een overeenkomst op landelijk als op regionaal niveau zijn.⁵

3 zie voor een uitgebreide 'sfeertekening' van die periode C. en K. Brants, m.n. pg. 18-19 en pg. 24-25

4 zie de Aanwijzing Opsporingsberichtgeving no. 2000A012 d.d. 1-6-2000

5 zie de Aanwijzing Opsporingsberichtgeving no. 2004A010 d.d. 15-12-2004

Opsporingsberichtgeving wordt beperkt tot de publicatie van informatie via de openbare media waarmee het Openbaar Ministerie een contract heeft afgesloten. Daarmee worden bijvoorbeeld de al jaren gebruikelijke getuigenoproepen in dagbladen en weekkranten uitgesloten, ook al worden daarin opsporingsgegevens als een tijdstip, een plaats, een werkwijze of een signalement bekend gemaakt. Gegevens die soms zelfs voor een dader van belang zijn. Desondanks wordt deze categorie opsporingsmiddelen officieel niet gezien als opsporingsberichtgeving.

Juridische aspecten

Opsporingsberichtgeving mag alleen in bepaalde gevallen worden toegepast. Tot voor kort kwamen daarvoor slechts bepaalde categorieën zware misdrijven in aanmerking. In december 2004 werden de criteria echter verruimd en mag opsporingsberichtgeving worden toegepast bij alle misdrijven waarvoor voorlopige hechtenis is toegelaten.

Opsporingsberichtgeving raakt de persoonlijke levenssfeer van betrokkenen. Daarom dient het Openbaar Ministerie het gebruik van dit middel af te wegen tegen de belangen van privacy van het slachtoffer, de belangen van eventuele getuigen en van verdachten en de belangen van de samenleving. Bij deze afweging speelt de ernst van het feit een rol, alsmede de proportionaliteit en de subsidiariteit van de in te zetten middelen. Het beginsel dat hier waarschijnlijk het meest in het geding is, betreft het recht van een verdachte op een eerlijk proces. Een al te indringend gebruik van een opsporingsmiddel kan dat recht in gevaar brengen, met bijvoorbeeld strafvermindering als gevolg.

De hier bedoelde belangenafwegingen lijken zich in de loop der jaren geruisloos te hebben ontwikkeld. Alleen in enkele zeer bijzondere zaken werd de gevolgde afweging betwist⁶. Het meest recente geval betreft de beslissing om een foto van de moordenaar van Theo van Gogh op tv te vertonen. Het bijzondere hieraan was dat er een foto zou worden gebruikt die voor een herkenning geschikt was. De rechter besliste in kort geding dat de foto gebruikt mocht worden, omdat het belang van de opsporing van eventuele handlangers bij dit zeer schokkende misdrijf zwaarder woog dan het belang van bescherming van de persoonlijke levenssfeer van verdachte⁷.

Recherchetactiek

De vraag of opsporingsberichtgeving gebruikt mag worden, hangt ook nog af van de criteria van subsidiariteit respectievelijk van proportionaliteit. Deze termen worden in de Aanwijzing 2004 niet nader toegelicht.

Bij subsidiariteit gaat het om de meest wenselijke volgorde, waarbij het minst ingrijpende middel het eerst moet worden toegepast. Opsporingsberichtgeving is een term waarmee een scala aan mogelijkheden en middelen wordt bedoeld, variërend van een getuigenoproep in een huis-aan-huisblad tot een reconstructie van een moord die eerst in een tv-programma wordt getoond en vervolgens op internet is te bekijken. Opsporingsberichtgeving is daarmee een verzamelterm zoals 'technisch onderzoek op de plaats delict'. Ook daarmee worden allerlei technieken en methoden bedoeld die gebruikt worden bij de opsporing van misdrijven.

De vraag naar de 'zwaarte' van het middel opsporingsberichtgeving in vergelijking met de 'zwaarte' van een ander opsporingsmiddel is dan ook niet eenvoudig te beantwoorden. In ieder geval is daarvoor nodig dat nauwkeurig wordt aangegeven welke middelen worden bedoeld en wat daarvan voorzienbare effecten zijn. Gedegen onderzoek daarnaar lijkt nog te ontbreken.

6 zie G. Schuijt in een bespreking van de afweging tussen privacy en nieuwsvoorziening bij publicatie van een foto van een persoon

7 uitspraak rechtbank Amsterdam, kenmerk KG 04/2454AB, d.d. 29 november 2004

Proportionaliteit betreft de verhouding tussen een middel en een doel. Het doel van opsporingsberichtgeving is uiteindelijk altijd het oplossen van een misdrijf. Of dat doel direct en in een keer bereikt moet worden of dat er tussenstappen mogelijk zijn, wordt niet genoemd. Zo kan een opsporingsbericht bestaan uit een directe oproep aan ooggetuigen, maar het kan ook gaan om het zoeken naar iemand die een soortgelijk geval heeft meegemaakt, in de hoop via een omweg een andere zaak op te lossen.

De term proportionaliteit kan ook slaan op de kracht of de impact van een medium. Veelal wordt aan een opsporingsbericht via de tv meer impact toegekend dan via een wijkkrantje. Een verwachting die waarschijnlijk vooral is gebaseerd op aantallen kijkers c.q. lezers. De verwachting dat de diverse publiciteitsmedia elk zo hun eigen 'impact' hebben, zou daarnaast nog kunnen betekenen dat voor 'lichtere' misdrijven alleen 'lichtere' media mogen worden ingezet of dat de kosten van het vervaardigen van een opsporingsbericht worden afgewogen tegen de mogelijke opbrengst.

Dergelijke vragen zijn in feite rechetactische aspecten die alleen goed beantwoord kunnen worden, als de voor- en nadelen en de te verwachten resultaten van alle mogelijke vormen van opsporingsberichtgeving bekend zijn. Voor wat betreft opsporingsberichtgeving is daarover geen bruikbare literatuur aangetroffen

1.5 Voorlichting en Infotainment

Al direct bij de eerste serie opsporingsprogramma's kwam de verhouding met de journalistiek aan de orde (zie par. 1). In deze discussie speelde de vraag, of opsporingsberichtgeving gezien kon worden als een vorm van voorlichting. Naast deze discussie kwam een tweede thema op, namelijk infotainment. Daarbij gaat het vooral om de manier waarop informatie zoals opsporingsberichtgeving gepresenteerd wordt.

Voorlichting

Opsporingsberichtgeving en voorlichting blijken gemakkelijk tot verwarring aanleiding te geven. Vaak denkt men dat opsporingsberichtgeving een aspect is van 'gewone' voorlichting. Bij 'overheidsvoorlichting' gaat het om het recht van burgers op informatie over het handelen van de overheid, bijvoorbeeld over het opsporings- en vervolgingsbeleid in het algemeen, of over het verloop van een onderzoek in een concrete strafzaak. Van overheidsvoorlichting mag je verwachten dat die eerlijk, betrouwbaar, ter zake, zo volledig als nodig en begrijpelijk is. Als uitgangspunt geldt dat informatie openbaar is, "tenzij er zwaarwegende en objectieve argumenten zijn om dat niet te doen"⁸.

Bij opsporingsberichtgeving is er daarentegen geen sprake van een informatierécht van burgers. Opsporingsberichtgeving is een specifieke categorie middelen en methoden die gebruikt kan worden om een misdrijf op te lossen, naast bijvoorbeeld forensische mogelijkheden. Opsporingsberichtgeving gaat er in principe vanuit dat een misdrijf soms alleen kan worden opgelost als 'het publiek' meewerkt. Dat inzicht is al oud en het gebruik van elektronische media daarbij is niets anders dan het toepassen van nieuwe mogelijkheden in een oude tactiek. Dat die nieuwe media hun eigen ongekennde (on)mogelijkheden bieden, doet daar niets aan af.

Het gebruik van opsporingsberichtgeving wordt bepaald aan de hand van strafrechtelijke- en opsporingstactische overwegingen. Informatie die in dat kader wordt verstrekt, moet wel waarheidsgetrouw zijn en op integere wijze gepresenteerd worden. Volledigheid is daarbij echter niet altijd verstandig. Zogenaamde daderwetenschap wordt vaak zo lang mogelijk geheim gehouden. Wat kan betekenen dat een bepaald gegeven in bijvoorbeeld een reconstructie niet wordt meegenomen of juist wordt aangezet. In Engeland is het wel gebeurd dat een familielid van een slachtoffer een emotionele oproep aan de dader(s) op tv deed, terwijl dat familielid ervan verdacht werd zelf de dader te zijn. Het heimelijke doel was om te zien of betrokkene daartegen was opgewassen⁹. In het belang van de opsporing kan

⁸ zie de Aanwijzing overheidsvoorlichting uit 2002.

⁹ zie Innes

het verantwoord zijn om zelfs zo'n 'toneelstukje' op te voeren.

Dat de discussie over de grens tussen opsporingsberichtgeving en journalistieke vrijheid echter nog niet geheel is verdwenen, blijkt uit het volgende citaat:

“Opsporing Verzocht wordt doelbewust gebruikt om boeven te vangen. En de AVRO laat te veel de regie voeren door Justitie. Dat kan bij De Telegraaf niet. Wij maken onze eigen krant. Het is een beperkte visie. Justitie gunt de AVRO de exclusiviteit door informatie achter te houden. Dat druist soms in tegen het algemeen belang. Zo werd een foto van een gevaarlijke, ontsnapte tbs-klant uit Groningen vastgehouden vanwege die exclusiviteit, terwijl de mensen al veel eerder bijvoorbeeld via De Telegraaf gewaarschuwd hadden kunnen worden.”¹⁰

Vanuit journalistiek oogpunt is het “achterhouden van informatie” misschien zelfs wel een doodzonde. Of het wachten met het publiceren van een foto verstandig was, is daarentegen in dit geval een kwestie van afweging van belangen c.q. een kansberekening.

Infotainment

De term 'infotainment' vond waarschijnlijk pas rond 1990 ingang. Vooral in de tv-wereld was er behoefte aan een term die recht deed aan de al jaren bestaande ontwikkeling naar onderhoudende informatie of informatief amusement. En ook al is de term infotainment dan nog betrekkelijk jong, het fenomeen dat daarmee bedoeld wordt is dat zeker niet. Er zijn zelfs uit de Middeleeuwen voorbeelden te over waarin op onderhoudende wijze over de verschrikkelijkste misdaden wordt gezongen of verteld.

Een van de eerste onderzoeken naar infotainment werd in ons land uitgevoerd in 1994. Aan de hand van de kenmerken onderwerp, stijl en opzet of vorm (topic, style and format) werden tv-programma's over Kamerverkiezingen gerangschikt op een continuüm van enerzijds informatie en anderzijds vermaak of amusement. De onderzoekers concludeerden dat de grens tussen informatie en amusement meestal niet haarscherp was te trekken. In een ander onderzoek¹¹ werden de kenmerken onderwerp, stijl en vorm of opzet als volgt uitgewerkt:

- Gaat het bij het onderwerp om posities, standpunten, aspecten en verschillen van inzicht of gaat het vooral om de interesses en belangen van personen, om 'human interest'?
- Gaat het bij stijl om professionaliteit of meer om de persoonlijkheid van interviewer of presentator? Een professionele stijl is objectiverend, zo nodig confronterend en vasthoudend want op een vraag moet een antwoord komen. Een meer persoonlijke stijl is niet al te scherp, zo nodig wel waardierend en een vraag mag onbeantwoord blijven als dat zo uitkomt.
- Is de opzet van het programma zakelijk, zonder overbodige verfraaiingen door muziek of publiek, of worden er via muziek, niet zo noodzakelijke grafieken en/of een publiek dat soms actief meedoet, extra effecten beoogt?

Schetsmatig kunnen de kenmerken van infotainment als volgt worden weergegeven :

	Informatie -----	Amusement
Onderwerp	Posities, standpunten, verschil van mening	Persoonlijke belangen en interesses
Stijl	Zakelijk, vasthoudend	Moraliserend, sfeergericht
Opzet	Geen overbodige verfraaiingen	Speciale effecten

Gezien de diversiteit aan media voor opsporingsberichtgeving, is de vraag naar de mate van 'infotainment' onvermijdelijk. Door de opzet van het onderzoek kon daaraan slechts in bescheiden mate aandacht worden geschonken.

¹⁰ journalist Koolhoven, geciteerd door Bennink

¹¹ zie Ray Durette en Charles Otto

1.6 Multimediale Opsporingsberichtgeving

Van betrekkelijk recente datum is de trend dat een omroepprogramma ook een eigen website heeft. Sommige van die websites zijn al een of meer keer vernieuwd. Een ontwikkeling die zeker nog niet ten einde is. Verder valt op dat eenzelfde bericht niet alleen via meerdere kanalen wordt verspreid, maar ook dat die multimediale benadering onderling gecoördineerd wordt. Elk kanaal stelt zo zijn eigen eisen. In het verlengde daarvan rijst de vraag naar de begrenzing van opsporingsberichtgeving via elektronische media.

De ontwikkelingen bij radio zowel als tv werden zeker ook beïnvloed door de ontwikkeling van internet. Zo zijn er omroepprogramma's met een eigen website die de mogelijkheid bieden om programma-onderdelen later (alsnog) op een geschikt moment te beluisteren of te bekijken. Ook zijn er omroepprogramma's, zowel landelijk als regionaal, die geïnteresseerden van te voren een overzicht van hun volgende uitzending mailen. Omgekeerd, hebben 'klassieke' nieuwsmedia als de dagbladen de afgelopen jaren hun dienstverlening ook uitgebreid met websites, webarchieven en 'e-zines'. Kijken en luisteren 'on demand' en 'à la carte' zijn daarmee geen hersenspinsels meer. Voor wat betreft opsporingsberichtgeving worden alle hier genoemde nieuwe middelen toegepast. Wel verschilt de mate waarin dat gebeurt soms aanzienlijk. Een overzicht van de stand van zaken voor wat betreft de opsporingsprogramma's geven de tabellen in paragraaf 3.1.

Over het gecombineerd gebruik van krant, omroep, website, videostreamer, e-zine etc. is nog betrekkelijk weinig bekend. Weliswaar kunnen kenmerken van bezoekers van een website systematisch worden verzameld, maar het gebruik daarvan blijft nog vooral beperkt tot basale gegevens als aantallen bezoekers of het tijdstip met de meeste bezoekers. Een ander en belangrijker kenmerk is dat veel mensen nog moeten wennen aan al deze mogelijkheden. Ondanks de hoge internetdichtheid in ons land geldt voor veel mensen dat de mogelijkheden van internet nog een plaats moeten krijgen in hun dagelijks leven. Wel lijkt het erop dat het surfen op internet ten koste gaat van de tijd die vroeger aan andere nieuwsmedia werd besteed, ook al zijn er mogelijkheden om tijd te besparen. Zo kun je aan de hand van het e-zine van een tv-programma van te voren bepalen of je direct naar dat programma kijkt of dat je later alsnog (een deel ervan) via de website bekijkt. Het direct bekijken van een tv-programma bepaalt het kijkcijfer en daarmee bijvoorbeeld de aantrekkelijkheid van een programma voor adverteerders. Wordt een programma daarentegen later en selectief via de website bekeken, dan gaat dat onvermijdelijk ten koste van het aantal directe kijkers naar dat programma. Gevolgen voor advertentie-inkomsten voor de omroepen zijn dan uiteindelijk onvermijdelijk.

Deze ontwikkelingen zijn nog zo recent, dat overheid noch bedrijfsleven daarop al een goed antwoord hebben. Het Kabinet-Balkenende II tracht de ontwikkeling onder andere te volgen door het project 'digitale overheid'. Een van de uitgangspunten daarbij is dat de burger bepaalt op welke wijze het contact met de overheid zal verlopen. Een ander uitgangspunt is dat in principe alle overheidsinformatie op internet te vinden moet zijn. Ook wordt er gespeeld met de idee van 'één loket' waar de burger voor al zijn vragen terecht kan. Voor de opsporingsberichtgeving zou deze benadering kunnen betekenen dat burgers niet gehinderd mogen worden door het ontbreken van een communicatiemiddel. Iemand die via e-mail op een verzoek om informatie wil reageren moet dat evengoed kunnen doen als iemand die anoniem wil bellen. In de praktijk blijkt het evenwicht tussen die twee echter nog niet gevonden.

De internationale telecomconcerns zijn al evenzeer zoekende naar de strategische uitgangspunten waarmee het best ingespeeld kan worden op deze ontwikkelingen. Een veel gehoorde term is dan de 'triple play' strategie, waarmee wordt bedoeld dat een bedrijf zich richt op het geïntegreerd aanbieden van allerlei diensten via telefonie, internet en televisie. Of zo'n triple play strategie werkelijk het best aansluit op onze multimediale manier van

leven, is nog onbekend. Net zoals onduidelijk is of mensen de voorkeur zullen geven aan triple play van eenzelfde aanbieder of toch liever voor elke dienst een aparte leverancier kiezen. Wel is zeker dat de digitalisering en de fragmentarisering de informatievoorziening in onze samenleving sterk zullen veranderen.

1.7 'Opsporingsberichtgeving' door burgers

Werd hierboven vooral het accent gelegd op de invloed van techniek op ons gedrag, het omgekeerde vindt ook plaats. Zo hebben burgers de mogelijkheden van internet onder meer gebruikt voor hun eigen opsporingsactiviteiten. Vooral vanuit de Verenigde Staten kwamen initiatieven daarvoor overgewaaid.

Een bekend voorbeeld is de website waarop gegevens van vermiste personen en dan vooral kinderen kunnen worden geplaatst. Die website wordt in de Verenigde Staten onderhouden door het National Centre for Missing and Exploited Children. Het initiatief vond in een groot aantal landen weerklank. Ook ons land sloot zich aan bij het internationale netwerk. Het ministerie van Justitie opende in 1999 bij het KLPD een website voor vermiste kinderen. In 2001 kwam daar een website voor vermiste personen bij.

Naast het gebruik van internet bij de opsporing van vermiste kinderen/personen bestaat er sinds de jaren 1970 in de Verenigde Staten ook nog een bredere vorm van opsporing door burgers, namelijk de 'crime stoppers'. Dit zijn oorspronkelijk lokale, particuliere initiatieven waaraan burgers anoniem tips over misdrijven kunnen doorgeven. Vaak werken daarbij allerlei lokale organisaties samen, waaronder nieuwsmedia en politie, en worden er door particulieren beloningen uitgelooft. Alhoewel deze organisaties vaak ontstaan zijn in het internetloze tijdperk, weten zij de mogelijkheden van het nieuwe medium goed te gebruiken. De honderden lokale 'crime stoppers' zijn verenigd in de "Crime Stoppers United States Int. Inc.". De beweging wordt gefinancierd door bijdragen van burgers en vooral van bedrijven. De successen worden op de websites breed uitgemeten¹².

Het idee van 'crime stoppers' vond wereldwijd weerklank, met name in Engelstalige landen. Onderzoek naar de ervaringen met crime stoppers is desondanks schaars. Een van de weinige onderzoeken betreft de sinds 1987 bestaande "Crime Stoppers Victoria" (of CSV) in Australië¹³. Die organisatie is gebaseerd op een gezamenlijke inspanning van gemeenschap, politie en media, met aan het hoofd een bestuur van vrijwilligers. Het politiekorps van de deelstaat Victoria bezet de telefooncentrale en zorgt voor het ontvangen en verwerken van de tips. Nieuwsmedia zorgen voor publiciteit.

Het onderzoek naar Crime Stoppers Victoria maakt gebruik van een beperkt onderzoek naar de Britse "Crimestoppers Trust". Die is opgezet als een nationale liefdadigheidsinstelling met een professionele staf en honderden vrijwilligers. Binnen het landelijk verband zijn er regionale afdelingen die nauw samenwerken met bedrijfsleven en overheid/politie. De benodigde fondsen worden per regio verworven uit zowel particuliere als publieke bronnen. De politie draagt bij door personeel en vooral door het gratis ter beschikking stellen van haar call-centers voor de verwerking van tips.

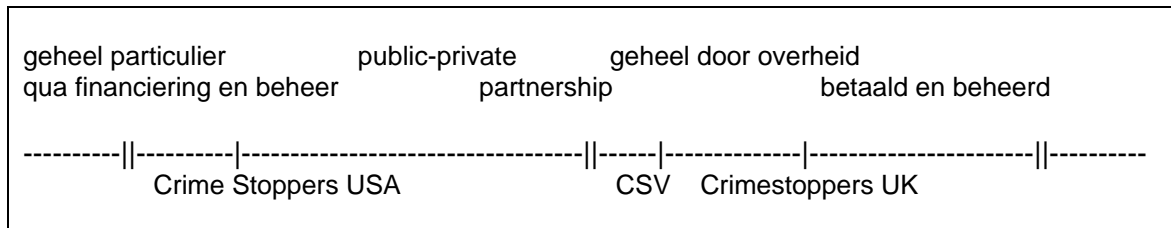
Deze drie 'crime stoppers' organisaties kunnen met elkaar worden vergeleken op een continuüm dat loopt van een volledig particulier initiatief tot een volledige overheidsdienst. Daartussenin ligt dan het public-private-partnership. Om te bepalen in welke richting een organisatie tendeeft, kan vooral gekeken worden naar de bestuursvorm en naar de financiering. Zo is bij de Amerikaanse crime stoppers het bestuur in handen van lokaal actieve burgers. Bij de Engelse vorm wordt het nationale bestuur gevormd door personen met een nationale faam. In de Australische variant lijken 'gewone' burgers weer meer invloed te hebben. De financiering varieert ook. In de Verenigde Staten zijn het burgers en vooral

¹² zie de website "c-s-i.org" van Crime Stoppers International, Inc., met een groot aantal links naar andere crime stoppers.

¹³ Deze paragraaf is gebaseerd op het onderzoek van Dennis Challenger, zie aldaar

bedrijven die bijdragen. In Engeland dragen bedrijven en diverse (overheids)fondsen bij. En daar zowel als in Australië worden de organisaties in aanzienlijke mate daadwerkelijk ondersteund door met name de politie.

Typering van enkele crime stoppers aan de hand van financieringswijze en beheersvorm:



Evaluatie van 'crime stoppers'

Er zijn maar enkele onderzoeken naar de effectiviteit van crime stoppers bekend. Het meest recente is dat van Challinger uit 2002 naar het Australische Crime Stoppers Victoria. Dat er nog zo weinig onderzoek naar crime stoppers is gedaan, zou vooral komen omdat:

*"it is impossible to determine whether Crime Stoppers is actually solving crimes that would have otherwise remained a mystery, or if the organization is simply diverting calls from traditional channels of communication that exist between the public and the police."*¹⁴

In het onderzoek wordt het verwerkingsproces van tips gezien. Ook worden de indrukken en waardering van politiemensen onderzocht. Verder wordt op enkele punten de situatie in Victoria vergeleken met die in Engeland.

Evenals voor de Britse Trust bleek het ook voor Crime Stoppers Victoria moeilijk te achterhalen wat haar bijdrage aan de oplossing van misdrijven was. Dat kwam vooral omdat rechercheurs nogal laks waren in het geven van feedback op toegestuurde tips. Voor een ander deel was het ook voor Crime Stoppers Victoria onmogelijk om te bepalen welke misdrijven door haar toedoen waren voorkomen door de aanhouding van een crimineel. Terwijl dat toch ook een 'opbrengst' van een crime stopper is. Een andere uitkomst was dat een immaterieel voordeel als het vertrouwen van het publiek weliswaar moeilijk te meten is, maar dat het een niet te veronachtzamen deel van de 'opbrengst' van een crime stopper uitmaakt.

Wel meetbaar was de waarde van onvreemde goederen die dankzij Crime Stoppers Victoria aan de eigenaar konden worden teruggegeven. Toch is ook deze maatstaf niet zo hard, want het bepalen van de waarde van een gestolen goed is vaak afhankelijk van een dagwaarde, wat een nogal subjectieve maatstaf is. Desondanks werd geschat dat Crime Stoppers Victoria zichzelf ruimschoots terug verdiende.

Tot slot bleek dat zo'n drie procent van de binnengekomen tips wezenlijk had bijgedragen aan het oplossen van misdrijven. Daarnaast werd nog zo'n 15 procent van de tips door de betrokken rechercheurs als waardevol gekwalificeerd.

De situatie in ons land zoals die tijdens dit onderzoek werd aangetroffen, wordt besproken in paragraaf 11 van hoofdstuk 3.

¹⁴ zie Challinger, pg. 1

Hoofdstuk 2. Onderwerp en opzet van het onderzoek

Onderzoeksthema

Opsporingsberichtgeving betreft in principe alle mogelijkheden en middelen waarmee politie en justitie burgers vragen om informatie over gepleegde misdrijven. Het gaat dus om het betrekken van burgers bij de opsporing van misdrijven. Interne verzoeken om informatie aan politiemensen, zoals via het politie-intranet, vallen hier buiten.

De reikwijdte van opsporingsberichtgeving is heel groot, want zowel een getuigenoproep in een wijkkrant als een overzicht van onopgeloste onderzoeken op een website vallen eronder. Gezien de vele recente technische vernieuwingen rond opsporingberichtgeving wordt het onderzoeksobject begrensd tot opsporingsberichtgeving via elektronische kanalen, met name tv en internet. Wat betekent dat 'klassieke' middelen als kranten en aanplakbiljetten in principe buiten beschouwing blijven. Soms wordt daaraan toch enige aandacht geschonken, met name wanneer er een relatie bestaat tussen een tv-programma, een website, een radio-programma en een krant. Daarbij lijkt sprake van integratie van diverse media, 'elektronische' zowel als 'klassieke'.

Het in kaart brengen van de ontwikkelingen rond opsporingsberichtgeving via elektronische middelen, van de ervaringen daarmee en van de uitkomsten ervan, vormen het thema van dit onderzoek. Specifieker betreft het de volgende aspecten :

- Welke opsporingsprogramma's zijn er zoal?
- Voor welke doelgroep(en) zijn die programma's bestemd?
- Welke zaken komen aan de orde?
- Wie selecteert de uit te zenden zaken, welke criteria spelen daarbij, welke belangen zijn daarbij in het geding en op welke wijze worden eventuele tegengestelde overwegingen met elkaar verzoend?
- Hoe en onder wiens verantwoordelijkheid wordt het programma vervaardigd?
- Wat zijn de productiekosten?
- Hoe is deze werkwijze verbonden met de dagelijkse praktijk van de opsporing?
- Wat wordt gezien als succescriteria voor zo'n programma?
- Welke gegevens over efficiency en effectiviteit worden bijgehouden en hoe en door wie wordt bepaald of er van een redelijke verhouding tussen beide sprake is?
- Komt de uitkomst van kosten en baten overeen met de oorspronkelijke verwachtingen?

De opzet van het onderzoek

Dat technische ontwikkelingen van invloed zijn op de methoden waarvan bij opsporingsberichtgeving gebruik kan worden gemaakt, spreekt vanzelf. Wel kost het tijd om daarmee ervaring op te doen en vervolgens kost het tijd om die ervaring te inventariseren, te systematiseren, te analyseren en de mogelijke conclusies en aanbevelingen daaruit te verspreiden. Dat proces verloopt tot nu toe vooral fragmentarisch. Dat kan ook moeilijk anders bij een onderwerp dat zo in beweging en in ontwikkeling is. Er is als het ware sprake van een 'levend' onderzoeksobject. Bij aanvang van het onderzoek bleek bijvoorbeeld het programma "Team West" van de in het westen van Zuid-Holland opererende zender RTV West net haar eerste uitzendingen te hebben beleefd. En op 1 januari 2005 bleek Bureau Brabant een website en een elektronische nieuwsbrief te hebben gelanceerd. Met zulke ontwikkelingen kon tijdens het onderzoek niet altijd meer rekening worden gehouden. In een omgeving die nog zo in verandering is, is een verkennend onderzoek daarom te verkiezen. Op grond van de dynamiek van het te bestuderen object werd vervolgens gekozen voor een kwalitatieve opzet, waarbij de gegevens worden verzameld in een aantal open interviews, naar behoefte aangevuld met meer objectieve gegevens zoals kijkcijfers.

Natuurlijk leefden er bij de respondenten tal van ideeën en wensen, naast vragen en onduidelijkheden. Tijdens interviews of aanvullende gesprekken was het daarom soms niet meer dan normaal om iemand te verwijzen naar bepaalde websites e.d. Op zo'n moment was dit onderzoek niet alleen inventariserend en verkennend van aard, maar tevens een vorm van 'actie-onderzoek'.

Werkwijze

Gezien het explorerende karakter van dit onderzoek werd besloten, om zoveel mogelijk direct betrokkenen te interviewen. Dat kwam neer op degenen die vanuit een politiekorps en vanuit de omroeporganisaties direct werken aan een opsporingsprogramma. Om praktische redenen werd de kring voornamelijk beperkt tot regionale opsporingsprogramma's. Daarnaast zouden enkele sleutelfiguren worden geïnterviewd. Afhankelijk van de verkregen informatie zou deze groep respondenten worden uitgebreid met andere, onder meer bij nationale omroeporganisaties en bij (particuliere) websites.

Een lijst met geïnterviewde personen is bij dit onderzoek gevoegd (Bijlage 1).

De te interviewen personen werd telefonisch gevraagd om medewerking aan het onderzoek. Zij werden geïnformeerd over achtergrond en doel ervan. Enkel verifieerden deze informatie vervolgens bij de opdrachtgever. De meeste respondenten waren echter met de verstrekte achtergrondinformatie zo vertrouwd dat zij daaraan voldoende hadden.

Enkele respondenten gaven er de voorkeur aan direct te worden geïnterviewd. Met de meeste anderen werd een afspraak gemaakt voor een telefonisch interview. Niemand weigerde medewerking, alhoewel een enkeling de afspraak niet kon nakomen.

De respondenten kregen per e-mail een lijst met gespreksonderwerpen toegestuurd.

Enkel beantwoordden die lijst per e-mail, als voorbereiding op het telefonische interview.

Gezien het verkennend karakter van het onderzoek werd tijdens de interviews de lijst met onderwerpen niet al te

strak gevolgd. Als een bijzondere ervaring of omstandigheid daartoe aanleiding gaf, werd daarop doorgegaan. De meeste telefonische interviews duurden ruim een uur.

Een beperkt aantal respondenten werd in persoon geïnterviewd. De selectie daarvoor vond plaats op basis van de aard van de functie of de omvang van het werkterrein in relatie tot de hoeveelheid opsporingsberichten die een korps had uitgezonden in 2004. Als bron daarvoor werd het archief van de website van het AVRO-programma Opsporing Verzocht gebruikt. De meeste persoonlijke interviews duurden zo'n twee uur, sommige aanmerkelijk langer.

Van elk interview werd een verslag gemaakt. Nagenoeg alle respondenten stelden het op prijs dat zij dat verslag ter inzage via e-mail kregen toegestuurd. Allen stuurden het verslag terug, zo nodig aangevuld of verbeterd. Hierdoor werd een hoge mate van betrouwbaarheid verkregen. Het gecontroleerde en teruggestuurde verslag van het interview geldt als het definitieve.

Om praktische redenen was het maar in beperkte mate mogelijk om gegevens die tijdens een interview werden verstrekt, te verifiëren. De noodzaak daartoe was overigens ook niet groot. Het verifiëren van gegevens gebeurde met name in geval van twijfel, zoals bij de kijkcijfers. De meeste respondenten bleken die niet bij te houden.

Medewerking

Het overgrote deel van de benaderde personen werkte van harte mee. Enkel verstrekten zelfs heel uitgebreid (aanvullende) informatie, zowel mondeling als schriftelijk.

Het werken met e-mail en telefonische interviews is zonder problemen verlopen. Het grote voordeel van e-mail is dat ieder in eigen tempo kan werken. Betrouwbaarheid en efficiëntie worden daardoor sterk vergroot.

Hoofdstuk 3. Bevindingen

In dit hoofdstuk worden de resultaten weergegeven die verkregen werden via de interviews met respondenten. De daarbij gevolgde werkwijze is in Hoofdstuk 2 besproken. De bij de interviews aan de orde gestelde onderwerpen staan vermeld in Bijlage 3.

3.1 Elektronische opsporingsmedia - een overzicht

Bij de meeste respondenten werd het interview begonnen met een inventarisatie van hun ervaringen met de diverse mogelijkheden om opsporingsberichten te verspreiden. Op basis van hun gegevens werd tabel 1 opgesteld.

Landelijke mogelijkheden

Uit tabel 1 blijkt allereerst dat de laatste jaren het aantal opsporingsmedia sterk is gegroeid. Het initiatief daarvoor kwam van verschillende kanten. Zo bood de AVRO een minuut in het radioprogramma Arbeidsvitaminen aan en een productiebedrijf kwam met het idee voor Eurocrime. Andere programma's kwamen tot stand op initiatief van de Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving.

Tabel 1. Opsporingsprogramma's en websites* : jaar waarin begonnen, initiatiefnemer, uitzendfrequentie, tijdstip van uitzending, combinatie met website en nieuwsbrief.

(Web)naam en (omroep)organisatie	Sedert	Initiatief	Uitzendfrequentie	Uitzenddag/tijd	Website	Nieuws-brief
Opsporing Verzocht**, AVRO/Arbeidsvitaminen	1982/2004	AVRO	Wekelijks/dagelijks	Maandag***10:30	Ja	Ja
Meldkamer, SBS6	2004	LSO***	Maandelijks	Zondag 21:00	Ja	Nee
Eurocrime, AVRO	2004	Palm Plus	1 proefuitzending	Zaterdag 21:00	Nee	Nee
Opsporingsfacts, TMF/MTV	2004	LSO	Wo/do/za/zo	Videostreamer	Ja	Nee
Politiebericht, NOS/SBS6	Vanaf begin 2003	Justitie	Naar behoefte	Na een journaal	Teletekst p. 147	
Politie.nl	1998	Politie	Permanent	n.v.t.	Ja	Nee
vermistekinderen.nl	1999	KLPD/dNRI	Permanent	n.v.t.	Ja	Nee
vermistepersonen.nl	1999	KLPD/dNRI	Permanent	n.v.t.	Ja	Nee
M.	2003	Ppp	Permanent	n.v.t.	Ja	Nee
Tiscali (website)	2003	LSO	Permanent	n.v.t.	Ja	Nee

* November 2004

** Een van de uit te zenden zaken wordt op maandagmorgen in de 'gratiskrant' Spits gepubliceerd

*** Sinds 1999 in twee delen van elk een half uur, waarbij het eerste deel rond 19:30 en het tweede deel van 22:00 wordt uitgezonden

**** Dit programma is op initiatief van de Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving (LSO) tot stand gekomen. Het betreft een proef van 6 maandelijks afleveringen, begonnen in september 2004.

De politieproducers hebben vooral ervaring met Opsporing Verzocht van de AVRO. Dat programma bestaat immers ruim twintig jaar en heeft binnen de politie een betrouwbare en professionele reputatie verworven. De opbouw van Opsporing Verzocht kenmerkt zich door een grote inbreng van steeds weer andere politiemensen.

Qua opzet week SBS6/Meldkamer in zoverre af van Opsporing Verzocht, dat het programma mede door een vaste woordvoerder van het openbaar ministerie werd gepresenteerd. Of die opzet aanspreekt, moest worden afgewacht. De website van SBS6/Meldkamer bood verder aan kijkers de gelegenheid om te reageren. Daarvan werd in bescheiden mate gebruik gemaakt. Sommige reacties betroffen de vaste presentatie. In andere werd opgemerkt dat het programma niet zoveel afweek van Opsporing Verzocht.

De ervaringen van de politieproducers met de meeste andere programma's zijn nog beperkt. Slechts enkele politieproducers hadden op het moment van het interview enige ervaring opgedaan met Arbeidsvitaminen van de AVRO, met Meldkamer van SBS6, met TMF, met Eurocrime of met de website van Tiscali.

De ervaringen met andere mogelijkheden voor opsporingsberichtgeving zoals het politiebericht via de NOS, Teletekstpagina 147 of de politiewebsite wisselen. De snelheid waarmee een politiebericht kan worden verspreid, spreekt aan, maar de speciale teletekstpagina spreekt daarentegen nauwelijks aan. De website 'politie.nl' wordt zelden gebruikt omdat ze te weinig bezocht zou worden en omdat de opbouw ervan niet aanspreekt. Onduidelijk is met name waar sommige berichten te vinden zijn of door wie die worden bijgehouden. Bovendien kent het Openbaar Ministerie ook nog een eigen website met opsporingsberichten. Geen van de respondenten noemde deze mogelijkheid overigens uit zichzelf.

Tot slot zijn er dan nog verschillende bijzondere opsporingsmogelijkheden zoals de websites voor vermiste kinderen en -personen. Deze categorie wordt in paragraaf 11 van dit hoofdstuk apart besproken.

Voor het verspreiden van een opsporingsbericht staan verschillende mogelijkheden open. Een zaak kan zowel via een regionale-, als via een landelijke omroeporganisatie worden verspreid. Het betekent soms wel dat de verschillende omroeporganisaties op een of andere wijze met elkaar moeten samenwerken. Dat verliep niet geheel vlekkeloos. Zolang er over en weer betaald wordt voor opnames e.d. levert samenwerking geen problemen op. Wat soms betekent dat bijvoorbeeld ruwe opnames van een reconstructie door verschillende omroeporganisaties bewerkt worden voor het eigen programma. Opsporing Verzocht/AVRO doet dat bij voorkeur echter niet. Het werken met materiaal dat door anderen is opgenomen kan nadelig zijn voor de kwaliteit en de uitstraling van het programma. Bovendien vormen een reconstructie en het daarop volgende zogenaamde 'verdiepingsgesprek' met een politie-ambtenaar een kernpunt van de opzet van Opsporing Verzocht.

In een enkel geval waren er tussen omroeporganisaties problemen gerezen rond auteursrechten. Zolang dergelijke problemen geen nadelige invloed hadden op het resultaat, hield de betrokken politieproducer zich hierbij afzijdig.

Regionaal

Naast ervaringen met landelijke media werden de politieproducers en de medewerkers van de regionale omroepen gevraagd naar hun ervaringen met het 'eigen' opsporingsprogramma.

Uit tabel 2 (zie ook de tabel van Bijl. 4) blijkt dat het aantal regionale opsporingsprogramma's sinds 2001 duidelijk is gegroeid. Najaar 2004 bleken de meeste betrokkenen al niet (goed) meer te weten wie het initiatief voor een opsporingsprogramma nam. In een geval kwam het initiatief waarschijnlijk van politie en justitie, maar kreeg het pas kans toen de regionale omroep zich reorganiseerde. In een ander geval groeide het idee waarschijnlijk tijdens onderlinge contacten aan 'de koffietafel'.

Wat opvalt is dat de oudere programma's maandelijks uitzenden en wat langer duren dan de jongste generatie. Die wordt (twee)wekelijks uitgezonden, duurt (aanzienlijk) korter en behandelt minder zaken per keer.

De meeste opsporingsprogramma's zijn het resultaat van samenwerking tussen politie, justitie en de regionale omroep. Bij RTV Noord-Holland is de productie van het opsporingsprogramma uitbesteed aan een particulier productiebedrijf. De supervisie op het programma ligt wel bij de regionale mediacommissie en de omroeporganisatie. Het politiekorps zorgt voor de inhoud en de presentatie. De meest afwijkende variant die werd aangetroffen is het programma 'Veilig' van RTV Rijnmond. Het wordt geproduceerd door een particulier productiebedrijf dat voor de presentatie een 'bekend gezicht' van RTV Rijnmond inhuurt. De rubriek opsporingsberichtgeving van het programma 'Veilig' duurt ongeveer drie minuten. De inhoud daarvan wordt geheel verzorgd door medewerkers van de afdeling Communicatie van het korps Rotterdam-Rijnmond. De overige programma-onderdelen staan onder toezicht van het Programmabureau Veilig van de gemeente Rotterdam.

De frequentie van de regionale opsporingsprogramma's hangt niet alleen af van het moment waarop men begon, maar ook van het (verwachte) aanbod van zaken. In een aantal regio's

denkt men dat er onvoldoende aanbod is voor een (twee)wekelijks programma. Enkele korpsen hebben geen eigen regionaal opsporingsprogramma. In een geval dacht men dat er, gezien de selectiecriteria van de Aanwijzing Opsporingsberichtgeving 2000, onvoldoende zaken voor zo'n programma zouden zijn. Nu de selectiecriteria verruimd zijn, lijken de kansen voor een regionaal programma ook daar te groeien. Daarnaast werd erop gewezen dat er bij een spoedgeval altijd wel een goed publiciteitsmedium kon worden gevonden.

Tabel 2. Regionale opsporingsprogramma's en websites: beginjaar, uitzendfrequentie, tijdstip van uitzending, combinatie met website en nieuwsbrief*

(Web)naam en (omroep)organisatie	Sedert	Uitzendfrequentie	Uitzenddag/tijd	Website	Nieuwsbrief
Opsporing Noord, RTV Noord	1998	3 ^e woensdag van de maand	18:50-19:15	Beperkt	Nee
Plysjepost, Omroep Fryslân	2002	4 ^e dinsdag van de maand	19:05-19:25	Nee	Nee
Onder de loep, RTV Oost	1997	Laatste donderdag van de maand	19:21-19:39	Nee	Nee
Bureau Hengeveld, RTV Utrecht	2002	2 ^e & 4 ^e dinsdag van de maand/ Herhaling op zondag	18:44-18:52 18:20-18:28	Ja	Nee
Ter Plaatse, RTV N-Holland	2001	Wekelijks	18:40-18:49	Ja	Nee
Team West, RTV West	2004	Wekelijks	19:41-18:49	Nee	Nee
Veilig, RTV Rijnmond**	2003	Wekelijks	17:28-17:44***	Ja	Ja
Bureau Brabant, Omroep Brabant	2003	Wekelijks	18:45-18:56	Ja	Ja****
Gouden Tip, RTV L1	2001	2 Wekelijks	17:07-17:25	Ja	Nee

* November 2004

** In samenwerking met het Rotterdamse programmabureau Veilig.

** Het gedeelte voor opsporingsberichtgeving duurt ongeveer 2,5 minuten.

**** Sedert 1 januari 2005.

De publieke functie van de regionale omroep is waarschijnlijk een belangrijke reden dat alle respondenten positief oordeelden over de onderlinge samenwerking. Diverse omroepmedewerkers gaven in dit verband aan dat het uitzenden van een opsporingsprogramma een kerntaak van de publieke regionale omroep is. Zij zagen zichzelf voor wat betreft dit werk als een verlengstuk van politie en justitie. Met moeite konden sommigen zich een onderwerp herinneren dat enigszins een probleem was geweest. Een voorbeeld betrof een nevenactiviteit van een van de betrokken omroepmedewerkers, waardoor politiemensen het vertrouwen in hem dreigden te verliezen. Aangezien het hier informatie betrof die publiekelijk bekend was geworden, kon de betrokken omroeporganisatie daarop worden aangesproken. Een ander voorbeeld betrof de mogelijkheid dat een uitgezonden zaak en de daarop volgende reclamespot met elkaar in strijd zouden komen. Concreet betrof het een verkrachtingszaak die kort daarna gevolgd zou worden door reclame voor bepaalde kledingstukken. Voor het zover kwam werd men het erover eens dat zo'n samenloop ongewenst is. Ook de context van een opsporingsprogramma kan immers het imago van politie en justitie schaden.

Sommige opsporingsprogramma's worden ondersteund door een website. Enkele, zoals die van RTV Utrecht of van RTV Rijnmond, zijn zelfs al voorzien van een videostreamer. Andere omroepen hebben een beperkte website of hebben er helemaal geen. Hierover lopen de meningen uiteen. Het opzetten en bijhouden van een goede website is een tamelijk kostbare zaak. Dat de publieke omroep een taak heeft bij de opsporing van misdrijven betekent volgens sommigen niet zonder meer, dat een omroep dan ook een website moet onderhouden. De Limburgse korpsen doen dat daarom zelf.

Tijdens de zomermaanden en gedurende de feestdagen aan het eind van het jaar neemt het aantal uitzendingen van opsporingsprogramma's af. Personeelskosten vormen hierbij de belangrijkste factor. Alhoewel ook het werkaanbod van politie met name in de zomermaanden afneemt, worden er echter wel misdrijven gepleegd. Om te laten zien dat in die periodes het opsporingswerk in principe gewoon doorgaat, is in Brabant besloten om de kosten van het opsporingsprogramma gedurende de zomermaanden zelf te betalen. De meeste korpsen en regionale omroepen schakelen in zo'n periode echter over op een lagere uitzendfrequentie.

Een andere mogelijkheid is om in bepaalde periodes een algemeen onderwerp, een zogenaamd 'service- item', uit te zenden. De voordelen daarvan zijn dat het ruim van te voren kan worden vervaardigd, dat er thema's kunnen worden gepresenteerd waar de kijkers anders waarschijnlijk niet zo snel naar kijken en dat zulke opnames eventueel kunnen worden uitgewisseld met andere omroepen.

3.2 Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving en Regionale Mediacommissies

“Omdat opsporingsberichtgeving een opsporingsmiddel is, dient de inzet ervan te geschieden onder verantwoordelijkheid van het OM”¹⁵, aldus de Aanwijzing Opsporingsberichtgeving 2004. In een bijlage worden vervolgens de organisatie en de taken beschreven van de LSO - de Landelijke Selectie-commissie Opsporingsberichtgeving -, respectievelijk de RMC's - de Regionale Mediacommissies.

De LSO en de RMC's worden voorgezeten door een hoofdofficier van justitie. Zij zijn verantwoordelijk voor inzet en uitvoering van met name opsporingsberichtgeving via publieke media. Daartoe sluiten LSO en RMC's contracten af met omroeporganisaties. In de praktijk wordt daarvoor vaak de vorm van een convenant gekozen. Aan de hand daarvan bewaken LSO en RMC's inhoud en vorm van opsporingsprogramma's.

De Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving (LSO)

De LSO kent een dagelijks bestuur. Dat bestaat uit de (plaatsvervangend) voorzitter, een beleidssecretaris, een operationeel secretaris (tevens politieproducer bij het KLPD) en enkele gewone leden van de LSO. De LSO zelf bestaat verder nog uit vertegenwoordigers van nagenoeg alle politiekorpsen. De LSO komt zo'n vier keer per jaar bijeen. Daarnaast vergadert het dagelijks bestuur nog vier keer per jaar afzonderlijk.

“De taken van de LSO zijn in de loop der tijd verschoven van puur selecteren naar meer activeren van het gebruik van opsporingsberichtgeving, uitwisselen van ervaringen, vergelijken van processen inzake opsporingsberichtgeving en accorderen van beleid.”¹⁶ De daadwerkelijke begeleiding van de productie van een landelijk opsporingsprogramma wordt verzorgd door een van de politieproducers van de Dienst Nationale Recherche Informatie (dNRI) van het Korps Landelijke Politie Diensten.

De beslissing om in een concrete zaak over te gaan tot opsporingsberichtgeving is aan de betrokken zaaksofficier. Het korps dat een zaak onderzoekt blijft dan ook verantwoordelijk voor de juistheid van aangeleverde gegevens.

LSO en RMC staan niet in een hiërarchische relatie tot elkaar. De vereiste eenheid van beleid wordt onder meer gerealiseerd door overleg in de landelijke vergaderingen van persofficieren respectievelijk recherche-officieren. Aangezien de grens tussen voorlichting en opsporingsberichtgeving niet altijd even duidelijk aanwijsbaar is, wordt er in concrete gevallen wel regelmatig informeel overlegd tussen de voorzitter van de LSO en de betrokken zaaksofficier.

De 'meer activerende rol' van de LSO blijkt onder andere uit de initiatieven die zijn genomen voor opsporingsberichtgeving via o.a. SBS6, Tiscali en Sp!ts. Daarnaast heeft het dagelijks bestuur van de LSO recentelijk het initiatief genomen tot gezamenlijke bijeenkomsten van politieproducers. Ook is overleg gezocht met een vertegenwoordiging van de Raad van Hoofdcommissarissen. Doel daarvan is met name een verdere professionalisering door het uitwisselen van ervaringen.

¹⁵ par. 4 Aanwijzing 2004

¹⁶ bijl. 4 par. 2.2 Aanwijzing 2004

De Regionale Mediacommissie (RMC)

In de Aanwijzing Opsporingsberichtgeving van 2000 werd de werkwijze van een RMC zeer gedetailleerd beschreven. De praktijk bleek echter harder dan de leer. Voor zover die commissies bestonden, hadden ze elk een eigen werkwijze. In de Aanwijzing van 2004 worden die regionale verschillen aanvaard. Wel moet er in elke regio een mediacommissie zijn.

Het doel daarvan wordt als volgt omschreven : “... verantwoordelijk voor de inzet en de wijze van uitvoering van de regionale opsporingsberichtgeving.” Daartoe selecteert de RMC: “..... na samenspraak met de zaakofficier van justitie, potentiële berichten en stelt de prioriteiten vast.”¹⁷

Verder wordt geadviseerd om in een huishoudelijk reglement de werkverdeling tussen de voorzitter en degene die toeziet op de uitvoering van de opsporingsberichtgeving, op te nemen. Ook wordt nog voorgeschreven wie in een RMC zitting hebben, namelijk vertegenwoordigers van justitie, politie en Koninklijke Marechaussee.

Hoe zag in het najaar van 2004 de praktijk er uit?

Waar is een Regionale Mediacommissie (RMC)

In de regio's waarover gegevens werden verzameld bleek dat er in zes provincies een '1 op 1' situatie bestaat. Er is binnen de provincie een arrondissementsparket, een politiekorps en een regionale omroep. In de andere provincies is de toestand gecompliceerder, zoals uit onderstaand overzicht blijkt.

Drenthe, Flevoland, Gelderland en Zeeland bleken geen eigen opsporingsprogramma te kennen. Aangezien in drie daarvan een '1 op 1'- situatie zou kunnen bestaan, is het onwaarschijnlijk dat dit een gevolg is van een onoverzichtelijke bestuurlijke situatie. In enkele provincies is getracht te achterhalen wat daarvoor wel de redenen zijn. In ten minste een provincie bleek men de mogelijkheid tot het opzetten van een opsporingsprogramma te onderzoeken. In een andere provincie denkt men dat er onvoldoende zaken zijn die zich lenen voor zo'n programma. De bestaande (landelijke) mogelijkheden en kanalen vindt men daar voldoende. Voor zover kon worden vastgesteld, is er in die provincies ook geen RMC. Een bijzondere situatie bestaat er in het gebied dat bestreken wordt door RTV Rijnmond. Die zender heeft een wekelijkse opsporingsrubriek. In Hoofdstuk 3 par. 1 is al ingegaan op de bijzondere verhoudingen rond dit programma.

Tabel 3. Overzicht van het aantal omroeporganisaties, politiekorpsen en arrondissementen per provincie

Provincie	Organisaties
Fryslân, Groningen, Drenthe*, Flevoland*, Utrecht, Zeeland*	1 regionale omroep, 1 politiekorps, 1 arrondissement
Overijssel, Limburg	1 regionale omroep, 2 korpsen en 2 arrondissementen
Gelderland*, Noord-Holland, Noord-Brabant	1 regionale omroep, 3 of meer korpsen, 2 of 3 arrondissementen
Zuid-Holland	1 regionale omroep voor 2 korpsen en 1 arrondissement 1 regionale omroep voor 2 korpsen en 2 arrondissementen

* Hier heeft de regionale omroep (nog) geen eigen opsporingsprogramma. Wel is er enige jaren geleden een opsporingsprogramma in Gelderland geweest. Om onbekende redenen is dat beëindigd.

In het gebied van RTV Rijnmond liggen twee arrondissementen en twee korpsen. Er is echter geen RMC. Als reden daarvoor werd opgegeven dat men er enige jaren geleden niet in was geslaagd voor een oprichtingsbijeenkomst een vergaderdatum te vinden. En daarbij zou het zijn gebleven.

17 bijl. 4 par. 3.2 Aanwijzing 2004

Samenstelling van een RMC

Een RMC staat formeel onder leiding van (een van) de hoofdofficier(en) van justitie, maar die taak wordt vaak vervuld door de persofficier van justitie. De politieproducer(s) is c.q. zijn er altijd lid van. Recherchechefs, parketsecretarissen en persvoorlichters van het OM en/of van de politie zijn soms lid, evenals een of enkele vertegenwoordiger(s) van de omroep. Soms is dat een hoofdredacteur, vaker de eindredacteur en/of de producent van het programma. De meeste RMC's hebben met meer dan een arrondissement en meer dan een korps te maken. In feite is de een-op-een-situatie de uitzondering en is meervoud de regel. Als meerdere arrondissementen en korpsen deelnemen, bestaat de RMC uit vertegenwoordigers van alle deelnemende partners. Dat kan ertoe leiden dat er verschillende deelnemers met dezelfde functie in zitten. Zo'n verveelvoudiging heeft men in Limburg voorkomen. Daar functioneren weliswaar twee RMC's, maar die nemen voor elkaar de zaken op basis van onderlinge mandatering waar. Omdat het programma tweewekelijks is, functioneert elke commissie dus eens per maand. Het betekent ook dat de politieproducenten voor elkaar optreden. Dat vereist wel samenwerking, want het aanleveren van zaken verloopt toch vooral via het eigen korps.

Een ander gevolg van meerdere arrondissementen en korpsen in eenzelfde omroepgebied is de zorg voor een gelijkmatige geografische spreiding van zaken. Het mag geen 'Amsterdamse show' worden, aldus de producent van RTV Noord-Holland. Spreiding van zaken is dan ook een aspect waar zowel politieproducenten als omroepmedewerkers op letten. Geen van de betrokken respondenten kon zich overigens herinneren dat hierbij problemen waren ontstaan. Tot nu toe had men die kunnen voorkomen.

Werkwijze RMC

Alle regionale opsporingsprogramma's zijn gebaseerd op een convenant. Voor de betrokken omroepmedewerkers geldt een geheimhoudingsplicht.

De vergaderfrequentie blijkt uiteen te lopen van 1 à 2 keer per jaar tot een week voorafgaand aan de uitzending. Dit laatste kan zowel een week voor de maandelijks uitzending zijn, als een week voor een tweewekelijks uitzending. Het verschil in werkwijze lijkt vooral samen te hangen met de leeftijd van een opsporingsprogramma.

RMC's met een lage vergaderfrequentie van 1 à 2 keer per jaar bespreken vooral de hoofdlijnen van het beleid, evalueren uitzendingen en overleggen over vernieuwingen zoals het idee om tips ook via de sms te ontvangen. Of, zoals een van de omroepmedewerkers het omschreef: "Na vaststelling van het format is er weinig te doen." Het lijkt erop dat een lage(re) vergaderfrequentie enigszins samenhangt met een hoge, wekelijkse uitzendfrequentie. Overleg over uit te zenden zaken vindt dan vooral bilateraal en informeel plaats, dat wil zeggen tussen rechercheur en/of politieproducer en zaaksofficier.

RMC's die de week voor een uitzending vergaderen, selecteren meestal ook de uit te zenden zaken en

bespreken de manier waarop een zaak in beeld kan worden gebracht. Daarbij kan de opzet van een reconstructie of de kwaliteit van een te gebruiken foto aan de orde komen.

Dergelijke praktische aspecten worden elders overgelaten aan het overleg tussen politie- en omroepproducent.

De naam RMC of 'Mediacommissie' blijkt overigens lang niet overal gemeengoed te zijn.

Soms wordt gesproken van een stuurgroep of van een selectiecommissie. In een enkel geval wordt het overleg over de uit te zenden zaken besproken in een redactiecommissie.

Respondenten uit dezelfde regio gebruikten soms verschillende namen, evenals verschillende vergaderfrequenties en samenstellingen. Voor zover na kon worden gegaan, bedoelde men wel altijd hetzelfde overleg. Toch zijn verschillen in naamsaanduiding e.d. een aanwijzing dat aard en functie van een RMC zelfs voor direct betrokkenen niet altijd duidelijk zijn.

Slechts enkele respondenten wisten een voorbeeld te noemen van een zaak waarover verschil van mening had bestaan. Een zo'n geval betrof de vraag of in een uitzending stemherkenning moest worden gebruikt. In een ander geval speelde de (jonge) leeftijd van daders een rol. In zulke gevallen is het de zaaksofficier van justitie die uiteindelijk beslist. Want daar waren alle respondenten het over eens: geen zaak wordt uitgezonden zonder toestemming van de zaaksofficier.

3.3 De politieproducer

De wijze waarop korpsen de zorg voor de opsporingsberichtgeving hebben georganiseerd, verschilt nogal. Ondanks al die verschillen worden de geïnterviewde politiemensen hier verder aangeduid met 'politieproducer', tenzij anders vermeld.

Plaats in de organisatie

Het secretariaat van de Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving wordt verzorgd door een aparte afdeling van het KLPD/dNRI. Enkele medewerkers daarvan zijn ook werkzaam als politieproducer. Zij onderhouden het contact met de korpsen, met de omroeporganisaties, met internetproviders en webmasters en met anderen zoals de gratis krant Splts. Verder begeleiden zij voor zover nodig de productie van een opsporingsprogramma.

Enkele korpsen hebben een functionaris die vast optreedt als politieproducer. Zij/hij is lid van de regionale Mediacommissie, zorgt voor voldoende aanbod van zaken en begeleidt het gehele productieproces.

Dan zijn er korpsen waar de opsporingsberichtgeving bij toerbeurt wordt verzorgd door verschillende medewerkers van de afdeling communicatie. In een enkel korps was de zorg voor de landelijke respectievelijk de regionale media vast over twee medewerkers verdeeld. Zo'n werkverdeling groeit soms informeel, waarbij persoonlijke interesse nogal eens een belangrijke rol speelt. Zo was een van de respondenten door een oudere collega ingewerkt. Gezien zijn naderend pensioen had die oudere collega daartoe zelf het initiatief genomen. Volgens respondent zou dit anders hoogstwaarschijnlijk niet gebeurd zijn.

In ten minste vier korpsen is een van de medewerkers van de afdeling communicatie vast belast met het regionale opsporingsprogramma. Opsporingsberichtgeving via landelijke media wordt dan door een ander verzorgd of wordt overgelaten aan het initiatief van het betrokken recherche-onderdeel c.q. de rechercheur. De functionaris die dan contact onderhoudt met het KLPD/dNRI werkt meestal weer wel bij de afdeling communicatie. In een korps fungeerde voorheen een recherchechef als contactpersoon, maar die was kort geleden opgevolgd door een collega van de infobalie.

Nagenoeg alle politieproducers zijn al dan niet volledig werkzaam bij de afdeling communicatie. Dat heeft als groot voordeel dat men dicht op de informatiestromen zit. De keuze van zaken die geschikt lijken voor opsporingsberichtgeving wordt daardoor vergemakkelijkt.

Het nadeel daarvan is, dat een positie bij communicatie de indruk vestigt zo niet versterkt, dat opsporingsberichtgeving een voorlichtingsfunctie is. Dat nu is een principiële, maar desalniettemin vaak voorkomende denkfout.

Functie-eisen

De meeste politieproducers zijn executief politie-ambtenaar met recherche-ervaring. Een van de politieproducers is lid van de leiding van een politieteam. Uit vrees dat die functie het werk van politieproducer gaat overheersen, werkt zij voor de helft van de tijd daadwerkelijk bij de afdeling voorlichting van het korps.

Naast een goede persoonlijke bekendheid in het korps werd recherche-ervaring in het algemeen als een voordeel gezien, maar dit was zeker geen functie-eis. Hun kennis van

mediazaken hebben de politieproducers in de praktijk opgedaan, soms als vrijwilliger van een lokale omroep. De politieproducers zonder executieve achtergrond waren allen al langere tijd werkzaam als voorlichter.

Slechts enkele korpsen hebben de functie van politieproducer beschreven. In een korps was men daarmee begonnen.

Functie-inhoud

In een aantal korpsen is de functie van politieproducer er vooral op gericht om 'de' rechercheur zo weinig mogelijk 'extra' werk te bezorgen. De meeste rechercheurs hebben immers geen of betrekkelijk weinig ervaring met de voorbereidingen voor een opsporingsprogramma. Wat betekent dat de politieproducer een rol begint te spelen zodra een zaak bij hem wordt aangedragen tot en met de uitzending. Dit is de meest omvattende variant van deze functie die werd aangetroffen. In het kort omvat die functie dan het volgende:

Een voor uitzending geschikte zaak wordt besproken met de betrokken rechercheur. Er wordt contact opgenomen met de persofficier- en/of zaaksofficier van justitie. Dat laatste is in principe wel de verantwoordelijkheid van de betrokken rechercheur. Als er een reconstructie moet komen wordt gezorgd voor figuranten en rekwisieten. Het script wordt vaak door de regisseur opgesteld, de opnames worden begeleid en er wordt voor gezorgd dat de tekst op feitelijke onjuistheden wordt gecontroleerd.

Met name een reconstructie en het bijwonen van de opnames voor een programma kosten veel tijd. Om die reden treden enkele politieproducers op als mede-presentator van het regionale opsporingsprogramma en lijkt er meer en meer gewerkt te worden met vaste woordvoerders. Die trend wordt ook ingegeven door de ervaring dat niet iedereen voldoende tv-geniek blijkt te zijn.

Verder houden enkelen een speciale opsporingswebsite bij, ter ondersteuning van het uitgezonden programma. Elders, zoals bij RTV Noord-Holland, wordt dit door de regionale omroep gedaan. Op dit punt bestaat bepaald nog geen uniformiteit. In enkele korpsen zorgt de politieproducer ook nog voor opsporingsberichtgeving via de zogenaamde 'kleine media' zoals buurt- en advertentiebladen. Die media krijgen onder embargo de inhoud van het opsporingsprogramma toegestuurd.

Een laatste variant is het aankondigen van opsporingsberichtgeving via een elektronische nieuwsbrief. Een werkwijze die al wel op het landelijke niveau wordt aangetroffen, zoals bij Opsporing Verzocht van de Avro, maar die op regionaal niveau alleen werd aangetroffen in het Rijnmondgebied en sinds januari 2005 ook in Brabant.

Tegenover deze 'brede' functie-inhoud staat een beperktere visie. Daarbij moeten rechercheurs zelf zorgen voor allerlei aspecten van de opsporingsberichtgeving. Deze gang van zaken lijkt vooral voor te komen in korpsen zonder een regionaal opsporingsprogramma, of als de contactfunctionaris niet werkzaam is bij een afdeling communicatie. Medewerkers van de afdeling communicatie fungeren dan meer als intermediair tussen de politieproducers van het KLPD/dNRI.

Voor de omroepmedewerkers geven aan dat een vaste politieproducer een duidelijke meerwaarde had voor hun programma. Meestal kon men hierbij een vergelijking trekken met de situatie waarin een vaste contactpersoon ontbrak. De onderlinge bekendheid bevordert natuurlijk de samenwerking. Dat komt vooral tot uiting in het overleg over de manier waarop zaken gepresenteerd kunnen worden.

Ongeveer de helft van de politiekorpsen heeft nu zo'n vast contact. In de andere treffen we verschillende werkwijzen aan. Het dilemma waar hier sprake van is betreft de vraag, wanneer voor dit type werk een vaste functie moet worden vrijgemaakt, welke eisen daaraan moeten worden gesteld en waar die organisatorisch moet worden ondergebracht.

Tijdsbeslag

Alleen de medewerkers van het KLPD/dNRI en de politieproducer van de gezamenlijke Brabantse korpsen zijn fulltime bezig met opsporingsberichtgeving. Voor de anderen ging het om een kwart tot de helft van hun werktijd.

Als het contact met de landelijke media een van de neventaken van een executief politie-ambtenaar is, is het tijdsbeslag zeer beperkt en ad hoc.

3.4 Selectie van zaken

Wie neemt het initiatief

Het initiatief om een zaak in een opsporingsprogramma te krijgen, blijkt in een aantal korpsen nagenoeg geheel bij de recherche te liggen. De politieproducer fungeert dan als procesbewaker, begeleider of facilitator, en een enkeling staat er nagenoeg helemaal naast. Er zijn echter ook korpsen waarin de politieproducer actief zoekt naar zaken die geschikt zijn voor een uitzending. Als redenen daarvoor worden genoemd de eigen bekendheid in het korps of de visie van rechercheurs op opsporingsberichtgeving¹⁸. Het is dan heel handig als hun functie bij de afdeling communicatie is ondergebracht, omdat daar veel zaken en onderzoeken bekend zijn. Sommige respondenten schatten dat zij de helft tot wel driekwart van de zaken aandragen.

De definitieve keuze van uit te zenden zaken wordt soms in de RMC genomen. Maar niet elke regio heeft een eigen RMC en soms fungeert de RMC meer als beleidsoverleg en als klankbord. Vooral in die situaties vervult de politieproducer de rol van poortwachter. Enkele respondenten gaven aan dat zij dan in feite beslissen, zeker bij kleine zaken, terwijl ad hoc met de voorzitter wordt overlegd. Wel zeiden alle politieproducers dat geen zaak wordt uitgezonden zonder toestemming van de zaaksofficier van justitie. Zo nodig verwijst de politieproducer een rechercheur alsnog naar de zaaksofficier.

Selectiecriteria : onderlinge verhouding

Volgens de Aanwijzing Opsporingsberichtgeving moet het OM bij het selecteren van een zaak :

“het belang van opsporing en vervolging afwegen tegen de belangen van privacy van het slachtoffer, de belangen van eventuele getuigen en van verdachten en de belangen van de samenleving.

*Bij deze afweging speelt de ernst van het feit een rol alsmede de proportionaliteit en de subsidiariteit.”*¹⁹

Met de meeste politieproducers is uitgebreid over de selectiecriteria gesproken. Daarbij kwam naar voren dat de ontwikkelingen de laatste jaren erg snel zijn gegaan. Dat komt met name tot uiting in de verruiming van de grenzen voor opsporingsberichtgeving. In 2000 werd nog uitgegaan van een limitatieve opsomming van zware misdrijven. In december 2004 werd opsporingsberichtgeving mogelijk in al die zaken waarvoor voorlopige hechtenis is toegestaan. Verschillende politieproducers vonden die verruiming een formalisering van wat in de praktijk gegroeid was.

De privacy van slachtoffers of belangen van getuigen en verdachten als zodanig spelen zelden expliciet een rol. Wat niet betekent dat zij niet van belang zijn. Maar zo nodig kan de identiteit van een slachtoffer of een getuige worden verhuld of kan een alternatief worden gevonden, zonder dat het opsporingsbelang daardoor geschaad wordt.

Een enkele respondent vond de 'belangen van de samenleving' een onhelder criterium. Voorheen werd het soms gebruikt om een zaak die buiten de toen geldende criteria viel alsnog in een opsporingsprogramma op te nemen. Door verruiming van de criteria lijkt dat nu minder noodzakelijk. Toch kunnen onder meer maatschappelijke onrust, de bijzondere aard

18VI. Berridge moet ook Crimewatch “..... have to put in quite a lot of legwork to find stories.” en : “have to ... trawling through the local papers and news stories.”

19 par. 1 Aanwijzing 2004

van een slachtoffer, bijvoorbeeld een kind, of de kans op herhaling vooral bij letsel of erger, van zodanig maatschappelijk belang zijn dat daarvoor andere belangen moeten wijken. Een van de meest ervaren politieproducenten gaf aan dat er voor een mogelijk dilemma tot nu toe altijd een oplossing was gevonden. Het aanbod aan zaken bood daarvoor de nodige ruimte.

Selectiecriteria : algemeen

Het belangrijkste selectie criterium is ongetwijfeld het opsporingsbelang. En bij het grootste deel van de zaken die worden uitgekozen gaat het om het krijgen van inlichtingen. Wel moeten er dan gericht vragen kunnen worden gesteld.

Met name de omroepmedewerkers gaven aan dat ze een zaak graag mooi in beeld brengen, maar als een zaak zo belangrijk is dat het gewoon móet, dan : “..... zoek je er gewoon een mooi plaatje bij.” En sommige zaken zijn op zich al zo erg, dat ze niet hóeven te worden aangezet.

Naast deze twee criteria spelen met name nog de volgende overwegingen, in willekeurige volgorde:

- Bij alle programma's wordt erop gelet dat er een voldoende gevarieerd aanbod aan zaken wordt gepresenteerd ²⁰. Kijkers moeten het aantrekkelijk vinden om te (blijven) kijken.
- Sommige provinciebesturen geven aan bijvoorbeeld woninginbraak of huiselijk geweld prioriteit. Daarmee wordt rekening gehouden, al was het maar omdat regionale omroepen een publieke functie hebben en uit de publieke middelen van de provincie worden betaald.
- Als verschillende korpsen aan hetzelfde programma meedoen, is het ook nodig te letten op voldoende geografische spreiding. Het mag bijvoorbeeld geen 'Amsterdamse show' worden. Het omgekeerde komt ook voor. Sommige zeer drukke plekken, zoals stations, leveren elke week wel een voor uitzending geschikte zaak op. Om negatieve beeldvorming te voorkomen worden geschikte zaken soms niet uitgezonden.
- De vraag welk medium of programma gekozen moet worden, wordt door de respondenten pragmatisch benaderd. Aan de hand van wat er over een zaak bekend is of bekend kan worden gemaakt, wordt bezien welk programma daarvoor het meest geschikt lijkt. Heeft men het idee dat de ouders bovenregionaal actief zijn, dan ligt de keuze van een landelijk medium voor de hand. Bij de regionale omroepen spelen kenmerken van doelgroepen overigens een beperkte rol, omdat de carroussel een breed publiek trekt.
- Bij de keuze van een medium of programma kan ook nog het tijdstip en daarmee de beschikbare productietijd een rol spelen. Daarvoor staan verschillende opties open, die hieronder bij 'Subsidiariteit' worden besproken.
- De keuze van een zaak kan ook nog worden bepaald door de noodzaak dat politie en justitie laten zien dat ze er serieus aandacht aan besteden. Slachtoffers waarderen dat vaak zeer.

Het algemeen belang kan er ook mee gediend zijn als breeduit wordt getoond dat men alles uit de kast haalt. Elk jaar worden er scholen in brand gestoken. Dat is op zich niet bijzonder. De maatschappelijke onrust in het najaar van 2004 leidde ertoe dat een in brand gestoken school een gebeurtenis werd die tot ver over de landsgrenzen in de publiciteit stond. Met het oog daarop werd besloten om een onderzoek naar brandstichting(en) snel op tv te brengen.

Al deze overwegingen spelen een rol, zij het niet altijd en overal even sterk. De onderlinge verhoudingen tussen deze en eventueel nog andere overwegingen, de proportionaliteit, hangt zeker ook af van het aanbod aan zaken en van de ernst daarvan.

²⁰ zie ook Berridge over Crimewatch.

Selectiecriteria : specifiek

Het algemene doel van opsporingsberichtgeving is het oplossen van een zaak. Het meest algemene middel is het vragen om informatie in het algemeen. Daarnaast kunnen specifiekere doelen en middelen worden onderscheiden. Het gaat om een kleine, maar waarschijnlijk belangrijke categorie zaken.

Opsporingsberichtgeving is een instrument naast andere opsporingsmiddelen en -methodes. Volgens de Aanwijzing moet opsporingsberichtgeving in ieder geval zakelijk, integer, zorgvuldig, doelmatig, kwalitatief en waarheidsgetrouw zijn²¹. Volledigheid valt daar buiten, al was het maar omdat bijvoorbeeld de zogenaamde daderwetenschap niet bekend mag worden. Ook kan informatie zo gerangschikt worden dat bepaalde aspecten sterker dan andere in het oog springen, zonder dat de waarheid geweld wordt aangedaan. Verschillende redenen kunnen daarbij spelen zoals:

Tactisch-psychologische redenen

- gericht op de dader(s)
Door een uitzending hoopt men bijvoorbeeld zoveel onrust te stoken dat de dader zich bloot geeft. Dat motief speelt nog wel eens als in een zaak telefoons worden afgetapt. In andere gevallen wordt gewerkt op het gemoed van de dader(s). Soms wordt een script zo opgesteld, dat : "het is alsof je je direct tot de dader richt".
- gericht op personen in de omgeving van de dader(s)
Door de algemene, maatschappelijke risico's van een misdrijf zoals brandstichting breed uit te meten, kunnen personen in de omgeving van de dader zich bewust worden van het belang van eventuele informatie. In een concreet geval besloot een kijker hierdoor dat hij niet langer mocht zwijgen.

Tactisch-juridische redenen

Soms moet het bekend maken van informatie zo lang mogelijk worden uitgesteld. Het tonen van een gezichtsfoto bijvoorbeeld, kan betekenen dat men een fotoconfrontatie later niet meer mag gebruiken voor de bewijsvoering.

Sommige zaken worden kort voor de verjaringstermijn nog eens breed uitgemeten, in de hoop dat dader of getuige alsnog gaat spreken. Zelfs als men dat na de verjaringstermijn doet heeft het nog enige zin, omdat dan een zaak 'echt' kan worden gesloten.

Subsidiariteit : laatste redmiddel of mediastrategie?

Een aantal zaken wordt achtereenvolgens via verschillende media of programma's gepresenteerd. Het doel is vaak dat men geen middel onbeproefd wil laten. Zo werd het onderzoek naar de identiteit van een onbekende, door een natuurlijke oorzaak overleden vrouw in 2004 herhaaldelijk en via verschillende media uitgezonden.

Een tweede vorm van subsidiariteit hangt af van het moment waarop iets gebeurt. Een criminele afrekening die enige dagen voor de uitzending van een regionaal opsporingsprogramma plaats vindt, komt natuurlijk in het (regio)journaal. In dat journaal kan een algemene getuigenoproep worden gedaan. Vervolgens kan er een paar dagen later in het regionale opsporingsprogramma kort op worden teruggekomen. Weer enige tijd later kan zo'n zaak dan in een landelijk opsporingsprogramma worden gepresenteerd. En als daartoe aanleiding is, kan dat herhaald worden of kan er weer een regionale uitzending volgen.

Deze vorm van praktische subsidiariteit komt vaak voor, al was het maar om te voorkomen dat het publiek zich afvraagt of er nog onderzocht wordt. Het belang van de opsporing vereist immers ook aandacht voor de geloofwaardigheid ervan.

De derde vorm van subsidiariteit betreft vooral de visie op opsporingsberichtgeving. De meest traditionele opvatting is waarschijnlijk die, waarbij met name opsporingsberichtgeving via de tv gezien wordt als laatste redmiddel, als de strohalm in een doodgelopen onderzoek. Pas als alle andere middelen zijn uitgeput wordt dit middel overwogen. Deze opvatting komt nog steeds voor, ook al zien sommige respondenten wel een kentering. En zoals hierboven

21 zie m.n. Aanwijzing 2004, par. 3 en par .6.2

al is aangegeven kan ook het presenteren van een oude zaak nog zin hebben. Desondanks heeft de visie op opsporingsberichtgeving als “strohalm” het nadeel dat sommige technische aspecten over het hoofd worden gezien. Op grond van hun ervaring stellen enkele respondenten namelijk, dat het presenteren van een foto of een video-opname van het gezicht van een dader ook nog maanden later zinvol is. Het gezicht of de houding van mensen verandert niet zo snel. Een goede bekende herkent iemand daaraan ook veel later nog wel. Anders ligt dat bij een voorval waarvan men de betekenis niet kon overzien, zoals het met hoge snelheid wegrijden van een auto zonder dat men weet wat er om de hoek van de straat is gebeurd. Door de presentatie van het geheel kunnen mensen zich bewust worden van het belang van wat ze meegemaakt hebben. Een opvallend, maar ogenschijnlijk onbelangrijk incident kan door opsporingsberichtgeving in het juiste perspectief worden geplaatst. Een soortgelijke ervaring betreft de vluchtige ontmoeting met een onbekende. Van zo'n voorval weet men vaak korte tijd later al niet meer waar en wanneer dat precies plaats vond. Ook de herinnering aan het gezicht van een onbekende vervaagt snel, zeker als men die maar kort en in de drukte gezien heeft. Om zulke getuigen op tijd op te sporen blijkt een tv-presentatie heel bruikbaar. Deze vorm van opsporingsberichtgeving wordt wel vergeleken met een buurtonderzoek. Een vergelijking die maar ten dele opgaat. Bij een buurtonderzoek dient men in principe iedereen te horen die op het moment van een misdrijf iets opgemerkt kan hebben. Bij een opsporingsbericht via een tv-uitzending kan degene die relevante informatie heeft zich echter eenvoudig aan de oproep onttrekken. De sociale dwang bij een buurtonderzoek is daarmee groter dan bij een oproep via de tv.

Bovendien wordt een opsporingsbericht vaak nog om andere, meer specifieke redenen uitgezonden, zoals het opwekken van onrust, achterdocht of spijt bij daders of andere betrokkenen. Ook kan het gaan om bewustmaking van de risico's van een misdrijf. Opsporingsberichtgeving wordt dan meer een precisie-instrument. Voorwaarde daarbij is wel, dat de specifieke mogelijkheden van de diverse publiciteitsmedia worden uitgebuit. Dat vereist wel dat er bij elke zaak van begin af aan rekening wordt gehouden met de mogelijkheid dat men het publiek erbij moet betrekken. Zo'n 'mediastrategie' houdt ook nog in, dat externe opsporingsberichtgeving en communicatiemiddelen bij de politie zelf, zoals “RI-on-line” en intranet, op elkaar worden afgestemd. “Alles wat een burger te horen krijgt, moet bij politiemensen al bekend zijn”, aldus een van de respondenten. In een aantal korpsen is duidelijk sprake van een ontwikkeling die gaat in de richting van zo'n 'mediastrategie'.

3.5 Productieproces

Productie en ervaringen daarmee

Na de keuze van zaken volgt de productie van het opsporingsprogramma. Op hoofdlijnen bestaat dat uit voorbespreking(en) - opname(s) - proefuitzending en definitieve uitzending. De lengte en de opzet van de uitzending zijn van grote invloed op de duur van het productieproces. Dat blijkt in de praktijk te variëren van enkele tot vijf werkdagen.

Enkele voorbeelden van een productieproces zijn:

Een door *Opsporing Verzocht* uit te zenden zaak wordt eerst vooraf besproken (dag 1), waarna het script wordt geschreven door de omroep (dag 2), dat wordt gecontroleerd door de recherche (dag 3), waarna op dag 4 de reconstructie wordt opgenomen en op dag 5 de uitzending plaats vindt. Het programma wordt live uitgezonden, wat betekent dat sommige politiemensen pas (ver) na middernacht thuis komen.

Voor het twee-wekelijkse regionale programma *De Gouden Tip* van L1 worden op donderdag en vrijdag de opnames gemaakt, in het weekend wordt gemonteerd en op maandag wordt het programma opgenomen dat op dinsdag semi-live wordt uitgezonden.

Het korte, wekelijkse programma van *RTV West* wordt in een dag opgenomen en nog op de dag van de uitzending gemonteerd. Dat kan omdat de presentator niet in beeld verschijnt, maar zijn tekst insprekt.

N.B.

Voor elk productieproces geldt natuurlijk nog dat de hoeveelheid werktijd afhankelijk is van het aantal mensen dat erbij betrokken wordt. De totale (arbeids)kosten van bijvoorbeeld een reconstructie kunnen daardoor sterk variëren.

In nagenoeg alle interviews kwamen de reconstructies en het woordvoerderschap ter sprake. Over het laatste was men vrij algemeen van mening dat aan het werken met telkens andere woordvoerders nogal wat nadelen kleven. Zo is lang niet iedereen van nature geschikt om op tv het woord te voeren; sommige rechercheurs verschijnen zelfs liever niet in beeld en het kost soms veel tijd. Er is daarom duidelijk sprake van een ontwikkeling in de richting van vaste woordvoerders. Een ontwikkeling die op landelijk niveau wordt ondersteund. Nog niet alle korpsen lijken daarvan echter op de hoogte.

Over de manier waarop een reconstructie wordt gehouden, bestaat minder eensgezindheid. In een aantal korpsen zorgt het betrokken recherche-onderdeel voor figuranten, rekwisieten etc. In andere doet de politieproducer dat. Het script wordt meestal door de redactie van het programma geschreven om vervolgens te worden gecontroleerd door de recherche en/of de politieproducer.

Figuranten worden meestal gerecruteerd uit het eigen korps, soms zelfs uit het betrokken team. In enkele korpsen werkt men met een vast bestand aan figuranten, zo nodig aangevuld met familieleden en bekenden, amateurtoneelspelers, gemeentepersoneel of zelfs "het halve dorp". Wel moet men, met name in het westen van het land, voor bepaalde rollen veelal dezelfde figuranten inschakelen. Slechts bij uitzondering wordt een beroep gedaan op een beroepsacteur/trice. Een belangrijke reden daarvoor is dat sommige rollen, bijvoorbeeld die van raamprostitutuee, minder geschikt worden geacht voor een politieambtenaar.

Slechts één korps betreft nagenoeg al zijn figuranten uit een vaste pool amateurtoneelspelers. Volgens politieproducers van andere korpsen is de productietermijn vaak te kort om amateurs in te zetten. Een ander bezwaar zou zijn dat burger-figuranten niet vallen onder de geheimhoudingsplicht. Volgens de voorstander speelt dat niet, omdat figuranten niet meer te horen en te zien krijgen dan wat er wordt uitgezonden. Of het inschakelen van amateurs in elke regio mogelijk is, is onduidelijk. Bij een maandelijks programma met enkele zaken zal dat waarschijnlijk eerder kunnen dan bij een wekelijkse programma met een enkele of, zoals bij *Opsporing Verzocht*, met verschillende reconstructies.

De productie van de regionale opsporingsprogramma's verloopt wat minder strak en is wat meer gebaseerd op improvisatie en op al doende oefenen, dan met name de gang van zaken bij *Opsporing Verzocht*. Wel wordt de professionaliteit van dat programma zeer gewaardeerd. In een korps als Rotterdam-Rijnmond is die reputatie zelfs zo sterk dat er aan de mogelijkheden van RTV Rijnmond geen behoefte lijkt.

De werkwijze van AVRO en SBS6 verschillen van elkaar. *Opsporing Verzocht* hecht sterk aan eigen opnames, wat soms tot dubbel werk leidt als een zaak ook op de regionale omroep is of wordt gepresenteerd. SBS6 bleek wel bereid om bij een kleinere zaak eventueel opgenomen materiaal van de regionale omroep te gebruiken - uiteraard tegen betaling.

De degelijkheid van *Opsporing Verzocht* kost soms "gigantisch" veel tijd. In een aantal gevallen is dat reden om af te zien van het aanbrengen van een zaak. Sommige korpsen brengen om die reden zelfs zelden een zaak aan. Waar tegenin wordt gebracht dat er kostenbesparingen mogelijk zijn, zoals een vaste woordvoering. Een ander argument voor een gering aantal aangemelde zaken zou het te beperkte aanbod zijn. Waar tegenin wordt gebracht dat een tekort aan zaken vooral een organisatorische kwestie is, nl. het ontbreken

van een vaste politieproducer. Tot slot speelt bij het aanmelden van een zaak de visie op opsporingsberichtgeving een rol. Wordt dat vooral gezien als het laatste redmiddel of meer als een gewoon instrument naast andere? In de laatste visie bestaat er meer oog voor de mogelijkheid dat een succesvolle uitzending ook veel researchkosten kan besparen.

Infotainment

In elk opsporingsprogramma moeten de belangen van de opsporing worden verenigd met de noodzaak van een aantrekkelijk presentatie. Zonder kijkers immers geen tips. Alle respondenten waren van mening dat de opsporingsprogramma's meer informatief dan onderhoudend van aard waren. De verhouding werd geschat op rond de 60% informatie en 40% onderhoudende presentatie. Door met name woordkeus, manier van opnemen van een reconstructie of keuze van achtergrondmuziek ('rhythm and suspense') wordt een verantwoorde verhouding tussen beide belangen nagestreefd.

De wijze van presenteren komt regelmatig ter sprake zowel bij de politieproducers onderling als met de omroepmedewerkers. Zo worden er geen bloederige scènes opgenomen of wordt een vuurwapen nooit recht op de camera gericht. Dergelijke grenzen zijn noodzakelijk omdat alle regionale programma's worden uitgezonden op tijdstippen waarop ook kinderen kijken. Desondanks reageren kijkers bijvoorbeeld op beelden waarin een slachtoffer een pistool tegen het hoofd krijgt. Maar zou zo'n beeld bij een reconstructie worden weggelaten, dan zou dat al te zeer ten koste gaan van het waarheidsgehalte.

De omroepmedewerkers vinden dat het verstrekken van opsporingsberichtgeving hoort bij de publieke functie van de regionale omroep. In die zin zien zij zichzelf als een verlengstuk van politie en justitie. Dat houdt bijvoorbeeld in dat zij sommige zaken op de door politie/justitie gewenste manier uitzenden zonder dat zij de achterliggende redenen kennen. Zo werden eens opnamen gemaakt in een buurt die ogenschijnlijk niets te maken had met de zaak die werd uitgezonden. Ook is het omroepmedewerkers "niet altijd even duidelijk", op grond waarvan gekozen wordt voor een regionale of een landelijke zender.

Omroepen zijn, meer dan politiekorpsen, elkaars concurrent. Dit betekent bijvoorbeeld dat het voor een regionale zender niet aantrekkelijk is als ze alleen kleine zaken mag uitzenden. Volgens de respondenten hebben onderlinge concurrentieverhoudingen tot nu toe nog geen aanleiding gegeven tot problemen. Hierbij speelt zeker een rol dat omroepen gewend zijn aan onderlinge concurrentie.

Bij de regionale omroepen speelt verder nog dat zij een gewoon nieuwsmiddeel zijn met een speciale rol als rampenzender. Met het oog op de vereiste geloofwaardigheid als rampenzender wordt er tussen nieuwsvoorziening en opsporingsberichtgeving een duidelijk onderscheid gemaakt en/of wordt de redactie van het opsporingsprogramma geheel buiten de nieuwsdienst geplaatst. Bij ten minste een regionale omroep werkt de nieuwsredactie op basis van een redactiestatuut. Volgens de betrokken respondenten waren dergelijke maatregelen voldoende.

Er is enkele keren sprake geweest van persoonsverwisseling. Zo werd een keer het slachtoffer van een beroving voorgesteld als de dader. Bij een fraude met een pinpas werd niet de dader getoond, maar degene die na hem pinde. De oorzaak bleek de klok van de video-apparaat die niet synchroon liep met die van de pinautomaat. Alhoewel de politie dat niet altijd kan voorkomen, is zij daarvoor natuurlijk wel verantwoordelijk.

De betrokken respondenten verklaarden dat zo'n fout zo snel mogelijk moet worden gecorrigeerd. Concreet werd in een geval gekozen voor een semi-live interview met de politieproducer, waarbij het slachtoffer werd gerehabiliteerd. Volgens een betrokken omroepmedewerkster was een (semi-) live interview beter geschikt om het geschonden vertrouwen te herstellen, dan alleen een (gesproken) rectificatie.

3.6 Kijkcijfer van landelijke opsporingsprogramma's

De waarschijnlijk meest gebruikte maatstaf om tv-programma's op hun waarde te schatten is het kijkcijfer²². De eerste serie uitzendingen van Opsporing Verzocht, in het seizoen 1982-1983, werd door 3½ en later zelfs door ruim 4 miljoen mensen bekeken. Het was de tijd dat er nog maar drie Nederlandse tv-kanalen waren en dat het programma eens in de maand werd uitgezonden. Sindsdien is het kijkcijfer voortdurend gedaald.

De afgelopen jaren werd Opsporing Verzocht in twee delen uitgezonden. Het tweede deel, dat tussen 22 en 22.30 uur werd uitgezonden, werd bekeken door zo'n 1,25 miljoen mensen. Gedurende het tv-seizoen daalde dat aantal tot zo'n 900.000 in het voorjaar. Het is onzeker hoeveel kijkers naar het eerste deel van Opsporing Verzocht ook naar het tweede deel kijken. Bij de AVRO gaat men ervan uit dat ongeveer de helft "doorkijkt". Daarmee zou het aantal kijkers naar het programma oplopen tot ruim 1,5 miljoen. Waarmee Opsporing Verzocht veruit het best bekeken programma in zijn soort is.

SBS6/Meldkamer werd 6 maal uitgezonden. Het aantal kijkers lag weliswaar rond de half miljoen, maar de trend was dalend.

Opsporingsberichtgeving leent zich in principe voor een heel gericht gebruik. Als vermoed wordt dat de daders van een misdrijf in een bepaalde categorie moeten worden gezocht, is het logisch de aandacht daarop te richten. Bij tv vindt zo'n doelgroepenbenadering ook meer en meer ingang. Wat dat betreft scoort Opsporing Verzocht minder goed, omdat het bekeken wordt door vooral oudere kijkers die verhoudingsgewijs minder vaak met criminaliteit te maken hebben dan jongeren. Uit voorlopige cijfers blijkt dat de eerste uitzending van SBS6/Meldkamer bijna twee keer zoveel jongeren trok als Opsporing Verzocht. Toch moet ook dit gegeven gerelativeerd worden, omdat een deel van de beide kijkersgroepen elkaar zal overlappen. Het neemt niet weg dat het zinvol is om bij opsporingsberichtgeving rekening te houden met de verschillen tussen groepen kijkers.

Internationale vergelijking van opsporingsprogramma's

Naast vergelijking op nationale schaal wordt vaak ook nog gekeken naar de kijkcijfers van de Britse en Duitse opsporingsprogramma's, "Crimewatch" respectievelijk "Aktenzeichen XY-ungelöst" (zie tabel 4).

Crimewatch is ongeveer even oud als Opsporing Verzocht, terwijl XY-ungelöst al sinds 1968 wordt uitgezonden.

De drie programma's verschillen onderling. Opsporing Verzocht is wekelijks en de beide andere zijn maandelijks. Wel worden alle drie programma's herhaald en hebben ze alle drie een website. Verder wijkt de situatie in het buitenland iets af omdat er, voor zover bekend, geen regionale opsporings-programma's zijn. Ook ontbreken nadere gegevens over kenmerken van groepen kijkers.

In tabel 4 is voor Opsporing Verzocht gerekend met het gunstige niveau van het najaar en zijn de 'doorkijkers' meegeteld. Waarschijnlijk zijn de vanuit het buitenland opgegeven aantallen ook wat geflatteerd. Zo bezien ligt Opsporing Verzocht keurig op kop.

²² In feite wordt daarmee de 'kijkdichtheid' bedoeld, dat wil zeggen het aantal mensen dat gemiddeld ten minste een seconde naar een bepaald programma kijkt.

Tabel 4. Procentueel aantal kijkers naar opsporingsprogramma's in Nederland, Duitsland en Engeland

Programma	Bevolkingsaantal (in miljoenen)*	Totaal aantal kijkers (in miljoenen)	Aantal kijkers in % van bevolking	Bezoekers website per maand
Opsporing Verzocht **	16	1,5	9,3%	32.000 à 42.000
XY-ungelöst***	80	5	6,3%	255.000
Crime watch***	60	5 à 6	9,2%	onbekend

* Uitgegaan is van de totale bevolking, alhoewel het kijkcijfer altijd wordt berekend over de bevolking ouder dan 12 jaar dat op enig moment kijkt.

** Uitgegaan is van een naar beneden afgerond kijkcijfer in het najaar.

*** Voornamelijk eigen opgave van Aktenzeichen XY-ungelöst en Crimewatch

De situatie in België

De ervaringen met opsporingsberichtgeving in België zijn van een geheel andere aard. Mede naar aanleiding van de zaak Dutroux werden er ook in België opsporingsprogramma's via de tv opgezet : 'Oproep 2020' op de commerciële zender VTM voor het publiek in Vlaanderen en 'Appel à témoins' voor Wallonië op de publieke zender RTBF. Deze maandelijkse programma's liepen vanaf 1997 respectievelijk vier en zeven seizoenen. De kijkdichtheid was in het begin hoog (ongeveer 1 miljoen kijkers), maar daalde gaandeweg naar ongeveer een 1/2 miljoen. Voor de commerciële zender VTM was dit de reden om 'Oproep 2020' van de buis te halen.

Het Nederlandstalige programma werd pas na enige tijd opgevolgd door het wekelijkse opsporingsprogramma 'OOGgetuige' op de publieke zender VRT. Echter, ook 'OOGgetuige' werd na 2 seizoenen stopgezet in verband met sterk dalende kijkcijfers: van 1/2 miljoen naar 250.000 kijkers. Nu wordt enkel nog 'Affaires non classées' uitgezonden via de commerciële zender RTL/TVi. In het seizoen 2004-2005 werd dat programma drie keer uitgezonden.

Tegenwoordig werkt de Belgische Federale politie veel meer op 'dagelijkse' basis. Dat houdt in dat er korte opsporingsberichten rond de journaals van de VRT-kanalen en de RTBF worden uitgezonden. Daarin wordt dan ook verwezen naar de teletekstpagina en de politiewebsites, waarop alle opsporingsberichten worden geplaatst. Het aantal bezoeken aan de 'opsporingenpagina' van de politiewebsite ligt op ruim 10.500 per maand.

Via het persagentschap Belga worden alle opsporingsberichten ook aangeboden aan de nieuws-redacties in het land. De geschreven media blijken zeer bereidwillig om die berichten over te nemen. Het programma 'Affaires non classées' alsook de opsporingsreconstructies die via regionale tv-zenders worden uitgezonden, worden eveneens vooraf via persbureau Belga aangekondigd.

Tot slot wordt er sedert juni 2004 veel meer samengewerkt met regionale tv-zenders die elk één of meerdere (gerechtelijke) arrondissementen bestrijken. Hun mogelijkheden zijn weliswaar wat beperkter, maar de samenwerking verloopt goed. Bovendien worden veel zaken beter geschikt geacht voor een regionaal kanaal dan voor een landelijk.

3.7 Dagbereik van regionale omroepen ²³

Naast landelijke cijfers beschikken we ook over gegevens over het aantal kijkers naar de regionale omroepen. Bij regionale zenders wordt dat het 'bereik' genoemd. Bij kijkdichtheid gaat het om het gemiddeld aantal kijkers naar een programma per seconde. Het 'bereik' daarentegen wordt berekend door om het uur het aantal kijkers te meten. Door die uitkomsten bij elkaar op te tellen verkrijgt men het zogenaamde 'dagbereik'.

²³ De in deze paragraaf gebruikte cijfers zijn aangeleverd door Centrale Reclame Services BV te Hilversum, dat voor de regionale omroepen o.a. bereikcijfers samenstelt op basis van de door Intomart aan de Stichting KijkOnderzoek (SKO) geleverde gegevens.

Daarin worden dus ook mensen meegeteld die het regionale programma meer dan een keer bekijken.²⁴

Tabel 5 Het gemiddeld aantal kijkers (het dagbereik*) naar de regionale omroepen, periode januari-november 2004

	2004 t/m week 49 in %	Populatie 13+	Absolute aantallen 2004
Omrop Fryslân	29,7	543.000	161.000
TV Noord	37,1	493.000	183.000
TV Drenthe	32,3	400.000	129.000
TV Oost	31,2	931.000	290.000
TV Gelderland	21,6	1.616.000	349.000
Regio TV Utrecht	10,1	970.000	98.000
Omroep Flevoland TV	21,4	286.000	61.000
TV Noord-Holland**	13,5	1.184.000	160.000
TV West	19,8	1.477.000	293.000
TV Rijnmond	22,0	1.485.000	321.000
Omroep Zeeland	37,9	323.000	122.000
Omroep Brabant	24,1	2.000.000	481.000
L1 TV	32,5	936.000	304.000
Regio TV	22,8	13.619.000	3.109.000

* Dagbereik = het gemiddeld aantal kijkers dat dagelijks minimaal een minuut naar een uitzending van een regionale omroep kijkt.

** Inclusief AT5

Bron: SKO, 13 jaar en ouder maandag-zondag 0200 - 0200

Het is mogelijk om het bereik van een afzonderlijk programma te berekenen, maar in het kader van dit onderzoek werd daarvan afgezien. Nagenoeg alle respondenten gaven namelijk aan dat het kijkcijfer geen onderwerp van gesprek is binnen hun organisatie. De helft van de respondenten wist ook niet hoeveel mensen er naar 'hun' programma keken. Andere respondenten gaven een schatting, die soms redelijk overeen kwam met het dagbereik en er soms ver naast zat. Zelfs kwam het voor dat respondenten die aan hetzelfde programma werkten, het kijkcijfer zeer verschillend inschatten.

Tabel 5 betreft het dagbereik. Het gaat om de gegevens over een tijdvak van 24 uur, namelijk van 0200 - 0200 uur. De telperiode betrof het jaar 2004 t/m week 49. In de eerste kolom staat het gemiddelde dagbereik in procenten van de bevolking ouder dan 13 jaar. In de tweede kolom staat het aantal inwoners dat door een bepaalde regionale omroep kan worden bereikt. In de derde kolom staat dan het gemiddeld aantal inwoners dat per dag heeft gekeken. Omdat sommige opsporingsprogramma's maandelijks en andere (twee)wekelijks zijn, is deze kolom alleen te gebruiken als een indicator voor wat er mogelijk is als elke regionale omroep wekelijks een eigen opsporingsprogramma zou uitzenden. Aangezien het hier een gemiddelde betreft, zal het aantal kijkers naar bijvoorbeeld een opsporingsprogramma daarvan afwijken. Bovendien spelen nog onderstaande factoren, waarmee bij een vergelijking van regionale zenders rekening moet worden gehouden :

²⁴ Er is ook nog een zgn. 'weekbereik'. Dat wordt verkregen door de dagbereiken bij elkaar te tellen en te schonen van dubbeltellingen. Omdat het weekbereik voor een enkel programma een te ruwe methode is, wordt daarop niet verder ingegaan. Het dagbereik is een betere benadering voor een enkel programma.

- De meetpunten zouden ongelijk over het land verdeeld zijn.
- Met name in de dunbevolkte (plattelands)gebieden ontbreekt een dekkend (kabel)net.
- Conform het provinciale beleid vinden de uitzendingen van Omrop Fryslân in het Frysk plaats, ook al spreken lang niet alle bewoners (en toeristen) die taal. Wel worden de programma's ondertiteld. De invloed daarvan op het dagbereik is onbekend.
- Het bereikcijfer zegt weinig over etnische kenmerken van groepen. Enkele respondenten gaven aan de hand van voorbeelden aan, dat hun programma door allochtonen waarschijnlijk beter bekeken wordt dan uit de bereikcijfers zou blijken. Het bereik zegt namelijk weinig over het kijkgedrag. Uit een onderzoek in Groningen²⁵ bleek dat er drie categorieën kunnen worden onderscheiden, namelijk mensen die altijd tot vaak kijken (zo'n 30%), incidenteel kijken (zo'n 40%) of die zeggen nooit te kijken (zo'n 30%). Deze gegevens zijn een indicatie dat een aanzienlijke groep mensen ook bewust naar de regionale zenders kijkt. De Groningers waardeerden het programma met een 7½, wat een zeer aanvaardbare score is.
- De regionale journaaluitzendingen worden over het algemeen het best bekeken. Wel behoren de opsporingsprogramma's volgens nagenoeg alle respondent tot de twee of drie best bekeken regionale programma's. In het kader van dit onderzoek ging het echter te ver om daarover nadere gegevens te verzamelen.
- Elke regionale omroep zendt een carrousel uit. Die carrousels variëren onderling. De meeste uitzendingen duren een uur, een enkele twee uur. Sommige carrousels draaien 12 uur, de meeste het gehele etmaal. De duur van een uitzending en de lengte van een carrousel hebben ongetwijfeld invloed op het aantal kijkers.
- Ten minste twee regionale omroepen herhalen in het weekend het opsporingsprogramma, wat uiteraard extra kijkers oplevert.
- Gedurende de zomermaanden worden opsporingsprogramma's niet of minder vaak uitgezonden. Wat betekent dat het gemiddelde bereik in de andere maanden waarschijnlijk hoger is dan het dagbereik dat op jaarbasis wordt berekend.
- Alhoewel er seizoensinvloeden zijn waar te nemen, worden er voortdurend misdrijven gepleegd. Ook de opsporing daarvan is een continu bedrijf. Om die continuïteit te benadrukken, hebben enkele korpsen besloten om in de zomermaanden op eigen kosten een opsporingsprogramma in de lucht te houden.
- Uit de tabel blijkt dat het dagbereik in de randstedelijke provincies verhoudingsgewijs lager ligt dan in de rest van het land. Het verschil tussen enerzijds Zeeland en Groningen en anderzijds Utrecht bijvoorbeeld, is wel heel groot. Zelfs nominaal kijken er meer Zeeuwen en Groningers dan Utrechters naar hun regionale omroep. Waarschijnlijk spelen factoren als verstedelijking of een regionale identiteit een rol. Ook in dezelfde regio kan zich dat voordoen.
Een aantal opsporingsprogramma's zet de uitgezonden zaken op een website. De betrokken respondenten gaven aan dat die websites honderden bezoekers per dag trekken. De dagen na een uitzending stijgt dat aantal vaak nog. Een respondent noemde hierbij 1000 tot wel 1500 bezoekers per dag op zijn website. Een onbekend deel daarvan zal het programma al gezien hebben. Door het bekijken van de website neemt het aantal 'kijkers' in principe natuurlijk wel toe.

25 VeiligheidsScan Regiopolitie Groningen 2003, par. over kijkcijfers

Ondanks dergelijke verschillen en nadelen is het dagbereik waarschijnlijk een redelijke indicatie van het aantal kijkers naar regionale opsporingsprogramma's. En van alle opsporingsprogramma's samen kan geconcludeerd worden dat die in principe een krachtig instrument zijn.

Veronderstel, ter illustratie, dat in een bepaalde week de volgende programma's worden uitgezonden :

	Programma	Kijkers
Op zondag	SBS6/Meldkamer	500.000
Op maandag	Opsporing Verzocht/Avro	1.500.000
Rest van de week	Opsporing Noord	180.000
	Bureau Hengeveld	98.000
	Ter Plaatse	165.000
	Team West	290.000
	Veilig	320.000
	Bureau Brabant	350.000
	De Gouden Tip	300.000
	Totaal	3.703.000

Dan kijken in die week ruim 3 miljoen mensen een of meerdere keren naar een opsporingsprogramma. Dat is een zeer groot bereik, waar dat van andere media zoals websites, een gratis krant als de Sp!ts of een radioprogramma als Arbeidsvitaminen dan nog bij komt.

Websites

Een recente ontwikkeling is de combinatie van een tv-opsporingsprogramma met een website. Dat geldt voor de nationale programma's en steeds meer ook voor regionale. Het bereik daarvan kan tamelijk goed worden geteld en ook kunnen kenmerken van groepen bezoekers goed in kaart worden gebracht. Toch gebeurt dat nog maar zelden en in ieder geval is er veel meer mogelijk.

Het opzetten en onderhouden van een website is relatief duur. De ervaringen met zulke websites zijn echter positief. Een deel van het publiek bezoekt na het bekijken van het programma de website. De hogere aantallen bezoekers na de dag van uitzending wijzen in die richting. Waarschijnlijk zijn dat mensen die (een deel van) de uitzending hebben gemist of iets nog eens willen bekijken. Een groot voordeel van een website is, dat die ook nog geruime tijd later en op het moment dat het iemand uitkomt, bekeken kan worden ('à la carte' en 'on demand').

3.8 Kenmerken van kijkers

De Aanwijzing Opsporingsberichtgeving 2004 schrijft voor dat van landelijk uitgezonden opsporingsprogramma's een kijkers- of lezersonderzoek wordt uitgevoerd. Zo'n onderzoek moet gegevens opleveren om te kunnen bepalen of het publiek interessant is voor het genereren van tips van uit te zenden zaken. Ook voor regionale programma's wordt een kijkersonderzoek wenselijk geacht. De noodzaak van een kijkersonderzoek ligt voor de hand. Een groot aantal kijkers is wellicht goed voor de publiciteit, maar het gaat uiteindelijk om het vinden van een getuige die wil tippen.

De stand van zaken bleek als volgt.

Regionale gegevens

Van geen enkel regionaal opsporingsprogramma's was een kijkersonderzoek beschikbaar. Omdat de meeste van die programma's nog betrekkelijk recent zijn, is dat niet zo

verwonderlijk. Alleen in Groningen waren wat gegevens beschikbaar dankzij een veiligheidsonderzoek dat door het politiekorps zelf was uitgevoerd. Omroep Limburg was bezig met de voorbereiding van een periodiek kijkersonderzoek. Andere respondenten meenden dat tv voor een doelgroepenbenadering minder geschikt is of dat de regionale omroep door de carroussel toch wel een breed publiek bereikt.

Landelijke gegevens

Evenals de meeste regionale opsporingsprogramma's zijn ook de landelijke nog betrekkelijk recent. Een kijkersonderzoek lijkt daarvoor dan ook nog te vroeg. Dat geldt uiteraard niet voor Opsporing Verzocht van de AVRO, dat immers al 22 seizoenen op het programma staat. Het laatste kijkersonderzoek daarnaar dateert echter van enige jaren geleden. Op basis van twee onderzoeken en wat aanvullende gegevens kan een kijkersprofiel worden samengesteld²⁶. De bruikbaarheid van die gegevens is echter beperkt. Zo bleek het lastig om een representatief kijkersonderzoek onder etnische minderheden uit te voeren. Het onderzoek van Baardwijk liep daardoor een vertraging van meer dan een jaar op. Verder is in dat onderzoek in het geheel niet gevraagd naar de bekendheid van 'Opsporing Verzocht'. Daarover valt hooguit indirect iets af te leiden. Respondenten werd gevraagd hoe vaak ze naar tv-kanalen als Nederland 1, SBS6 of RTL 4 keken. Omdat Nederland 1 meer een themakanaal is waarop verschillende omroeporganisaties actief zijn en RTL 4 en SBS 6 omroeporganisaties zijn met elk een eigen tv-kanaal, is een onderlinge vergelijking van die kanalen minder zinvol. Het zijn immers verschillende grootheden. Beter had het geweest te vragen naar de bekendheid van omroeporganisaties of van afzonderlijke programma's.

Het onderzoek van Ariëns naar kijkgedrag betreft een doctoraalscriptie. Daarbij werden enkele honderden bezoekers van een huishoudbeurs en een 'onderwijsboulevard' ondervraagd. De representativiteit van die groepen is echter te laag voor een gefundeerd beleidsadvies.

Met deze beperkingen in gedachten, kan het volgende kijkersprofiel worden geschetst.

Een uitgebreid kijkersprofiel

- Opsporing Verzocht en de Politieberichten hebben de grootste naamsbekendheid (>90%). De andere opsporingsprogramma's -en kanalen blijven daar ver bij achter.
- Driekwart van de kijkers naar Opsporing Verzocht is ouder dan 50 jaar en meer dan de helft is vrouw. Nog geen 10% is jonger dan 35 jaar. De kijkers naar de eerste uitzending van Meldkamer/SBS6 waren wel jonger : 35% was ouder dan 50 en 18% jonger dan 35 jaar.
- Ned. 1 en SBS6 zijn zenders die vooral door lager opgeleiden worden bekeken.
- Aangenomen mag worden dat Opsporing Verzocht en Meldkamer voor een deel door dezelfde mensen worden bekeken.
- Allochtonen kijken vooral naar 'eigentalige' tv-zenders en naar RTL4 en SBS6.
- Het NOS-journaal, het "Hart van Nederland"/SBS6 en "Spoorloos"/KRO scoren bij allochtonen hoog. Leeftijd, beheersing van het Nederlands en opleidingsniveau spelen daarbij een belangrijke rol. Jongere allochtonen kijken dan ook vaker naar de Nederlandstalige zenders dan oudere.
- Men zegt dat men naar opsporingsprogramma's kijkt uit interesse, uit maatschappelijke verantwoordelijkheid en met een morele intentie. Alleen de voornamelijk jonge kijkers naar TMF zeggen het meer uit sensatie te doen.
- De onderwerpen die het meest aanspreken zijn: moord en doodslag, vermissing en verkrachting.
- Regionaal nieuws wordt (heel) belangrijk gevonden.
- Gezien opmerkingen van respondenten is de kans op teveel opsporingsberichtgeving niet denkbeeldig. Door de groei van pseudo-opsporingsprogramma's als Spoorloos of Peter R. de Vries dreigt ook het gevaar dat men het overzicht kwijt raakt.
- Tot slot vindt menigeen de NOS een heel geschikt alternatief voor de huidige situatie.

26 - zie het onderzoek van Baardwijk e.a. resp. van Ariëns en Peijnenburg

Samengevat kan het volgende profiel van kijkers naar een opsporingsprogramma worden geschetst :

- Kijkt vooral naar Opsporing Verzocht, naar de Politieberichten en naar regionale programma's;
- Is waarschijnlijk ouder dan 50 en vrouw;
- Kijkt vooral uit interesse of uit betrokkenheid en het liefst naar een van de 3 "v's" : vermoord, vermist of verkracht;
- Indien allochtoon, is zij/hij waarschijnlijk jonger dan 30 en goed opgeleid.

3.9 Tipgever en tip

De procedure

Tips die naar aanleiding van een opsporingsprogramma bij een korps binnenkomen, worden volgens een vaste procedure verwerkt. In hoofdlijnen komt die procedure hierop neer dat de tipgever wordt doorverbonden met de betrokken rechercheur of met het team. Afhankelijk van de situatie bevindt die rechercheur zich aan een bureau, op de telefooncentrale of thuis. Enkele korpsen gebruiken daarbij een 0800-nummer. Omdat de kosten van een 0800-nummer aanzienlijk zijn, wordt het gebruik ervan beperkt tot een of enkele dagen na een uitzending. De mogelijkheid om tips te e-mailen begint ook ingang te vinden, ook al vinden sommigen dat dat afbreuk doet aan het vertrouwelijk karakter.

Tips die de dagen of weken na een tv-uitzending bij het call centre van het politiekorps binnenkomen, worden meestal via een formulier doorgestuurd. Sommige politieproducenten krijgen daarvan een afschrift, maar meestal gaat de tip-procedure buiten hem/haar om. Als de periode tussen een uitzending en het binnenkomen van een tip langer wordt, neemt de kans dat de procedure niet goed meer gevolgd wordt waarschijnlijk toe.

Het komt vaak voor dat rechercheurs hun politieproducer niet informeren over de bruikbaarheid van tips²⁷. Nagenoeg alle politieproducenten gaven aan dat zij enige tijd voor een uitzending nagaan of er tips zijn binnengekomen en wat daarvan het resultaat is. Een reden is dat die informatie in de volgende uitzending wordt gebruikt, maar andere motieven komen ook voor. Een van de respondenten gaf als voorbeeld een tipgever die hem belde met de vraag of zijn tip nog iets had opgeleverd. Bij natrekken bleek dit een zogenaamde 'gouden' tip te zijn geweest, maar de betrokken rechercheur had daarvan niets tegen anderen gezegd. Op de achtergrond speelde een meningsverschil tussen rechercheurs over de vraag of de betrokken zaak had moeten worden uitgezonden. Zo'n voorval mag een incident zijn, geen van de politieproducenten kon verzekeren dat de tip-procedures waterdicht zijn, zelfs niet voor een 'gouden' tip.

De tipgever

Een intern onderzoek van het KLPD/dNRI naar tips in zaken die in Opsporing Verzocht waren uitgezonden dateert uit 2001²⁸. Sindsdien is het aantal opsporingsprogramma's aanmerkelijk gegroeid. Bovendien is het onderzoek door omstandigheden niet afgerond. De gegevens moeten daarom met enige terughoudendheid worden gezien.

Interessant is de bevinding dat het geslacht van de tipgever geen rol speelde. Verder was het aantal regionale opsporingsprogramma's ten tijde van het 'tipgeversonderzoek' nog gering. Des te meer valt op dat ongeveer de helft van de tipgevers woonde in de regio in kwestie. Ook is opvallend dat ruim de helft van de relevant lijkende tips afkomstig was van politiemensen en van collega's of familie van de dader. De ervaring van sommigen dat (mede-)gedetineerden of gevangenispersoneel nogal eens als tipgever optreden, werd in dit onderzoek niet bevestigd.

²⁷ een kennelijk 'wereldwijd' probleem, zie Challenger

²⁸ zie Ariëns, Van Es en Peijnenburg

Op meer dan vijfhonderd zaken kwam dat maar een keer voor²⁹.

Over de motieven van tipgevers weten we in feite niet meer dan wat incidentele voorbeelden. Het gaat dan vooral om emoties als jaloezie, om wraak of om hebzucht. Politieproducenten wezen er nog op dat soms mensen uit de directe omgeving van de dader door een uitzending beseften hoe gevaarlijk iemands gedrag was of hoeveel ellende was veroorzaakt. De voorbeelden betroffen onder andere een tasjesroof en een reeks in brand gestoken auto's. Zowel edele als minder edele motieven lijken dus een rol te spelen bij de beslissing om te tippen. Maar meer dan dat is er voorshands niet bekend.

In dit verband moet nog worden opgemerkt dat enkele politieproducenten de indruk hebben dat menig tipgever (m/v) zorgvuldig handelt. Men kijkt zo mogelijk eerst nog eens naar een uitgezonden zaak, bekijkt eventueel de website en raadpleegt soms nog een ander, voordat men besluit te tippen.

De kwaliteit van tips

Evenals het 'kijkcijfer' was het aantal tips volgens de respondenten nauwelijks onderwerp van gesprek. Voor zover dat bijgehouden werd, varieerde het aantal binnenkomende tips na een uitzending van een regionaal programma van 'enkele' tot 10 à 15. In het al genoemde interne onderzoek van de dNRI kwam men op een gemiddelde van 24 tips per zaak.

Slechts in een korps had men voor het aantal tips een doel gesteld, maar de tijd was te kort om daarover al iets te kunnen zeggen.

Geen enkel korps beschikte over een analyse van binnengekomen tips. Zelf dachten respondenten dat er weinig echte onzin binnenkwam. Bovendien kunnen geïnformeerde onderzoekers vaak al op het eerste gehoor vaststellen of een tip (on)zinnig is. In het al genoemde interne onderzoek van de dNRI werd ruim de helft van de binnengekomen tips als irrelevant gekwalificeerd. De betrokken onderzoekers kwalificeerden een kwart van de tips als (zeer) relevant. Verdere gegevens ontbreken.

De kwaliteit van een tip lijkt nauwelijks af te hangen van de kwaliteit van het uitgezonden beeld. Volgens respondenten komt het nogal eens voor dat iemand herkend wordt aan de hand van een matig of zelfs slecht videobeeld, terwijl goede, frontale opnames lang niet altijd iets opleveren. Wellicht speelt hierbij dat een tipgever iemand niet alleen aan zijn gezicht herkend, maar ook aan bijvoorbeeld een houding of beweging. En natuurlijk aan kleding of andere specifieke kenmerken.

3.10 Baten en Kosten

Opgeloste zaken : landelijke programma's

Op landelijk niveau houdt de Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving (LSO) gegevens bij over de resultaten die via de verschillende media worden behaald. De gegevens zijn niet onderverdeeld naar korps. Behalve de zaken die in Spits worden gepubliceerd, zijn de ervaringen met de andere media nog te beperkt voor een oordeel. Het gaat dus voornamelijk om het tv-programma Opsporing Verzocht.

In het seizoen 2003-2004 werden 270 misdrijven uitgezonden, waarvan 30% werd opgelost³⁰. Een niveau dat al enige jaren wordt gehaald, evenals - naar eigen zeggen - door Aktenzeichen XY-ungelöst en door Crimewatch. Het aantal door eigenaars herkende goederen ligt rond de 40%.

Het jaarverslag van de LSO geeft ook een overzicht van het percentage opgeloste zaken sinds september 2001. Opmerkelijk is dat er geen sprake lijkt van seizoensinvloeden. Want terwijl het aantal kijkers naar Opsporing Verzocht in de loop van het tv-seizoen daalt, blijkt dat niet uit de oplossingspercentages. De veranderingen daarin lijken een langere termijn te volgen, maar oorzaken daarvan zijn onbekend.

29 Berridge beschrijft dat men bij Crimewatch soortgelijke ervaringen heeft, zij het dat gevangenis-personeel in Engeland wel regelmatig tips schijnt te geven.

30 Jaarverslag Opsporingsberichtgeving 2004 van het Openbaar Ministerie

Opgeloste zaken : regionale programma's

Het doel van opsporingsberichtgeving is primair het oplossen van misdrijven. Daar waren alle respondenten het over eens. Desondanks wisten de meesten niet, hoeveel zaken (mede) door hun programma('s) waren opgelost. Een aantal respondenten gaf aan, dat het zelden een onderwerp van gesprek is. Het geheel levert een gevarieerd beeld op:

- Een korps had als doel gesteld een oplossingspercentage van 20. Het programma liep nog te kort voor een oordeel.
- Een aantal korpsen had voor het gezamenlijke opsporingsprogramma als doel gesteld een oplossingspercentage van 25. Dat was ruimschoots gehaald.
- In een andere regio was er geen doel gesteld, maar de politieproducer hoopte op 33%.
- In een vierde regio kon de politieproducer geen gegevens leveren. Evenals sommige andere verwees hij daarvoor naar de LSO³¹. Volgens de respondent van de betrokken omroep zou het oplossingspercentage echter rond de 27 liggen.
- In een vijfde gebied was het de omroepproducer die het verloop van zaken bijhield; de betrokken korpsen deden dat niet. Er was ook geen doel afgesproken.
- De beide Limburgse korpsen gaven aan dat het bereikte resultaat, ongeveer 30% opgeloste zaken, overeen kwam met het gestelde doel. Beide korpsen vermelden dat resultaat op hun website.
- Alleen het Groningse korps houdt de resultaten van zijn programma , 'Opsporing Noord', bij. Allereerst worden in dat programma de laatste jaren per seizoen steeds meer zaken uitgezonden. Daarop komen per zaak gemiddeld 3 tips binnen. Van de uitgezonden misdrijven wordt 38% opgelost. Het gebruik van video-opnamen blijkt het meest effectief. Verder werd de helft van de getoonde goederen bij hun eigenaars teruggebracht.

Bruikbaarheid van het oplossingspercentage

Alhoewel het oplossingspercentage heel vaak als norm wordt gebruikt, lijkt dat nauwelijks zinvol. Daarvoor bestaan de volgende redenen :

Voor het onderverdelen van uitgezonden zaken worden verschillende criteria gebruikt. Er wordt bijvoorbeeld gesproken over een 'uitgebreide zaak' en een 'gezocht zaak'. Met het eerste wordt dan een zaak bedoeld waarvan een reconstructie is gemaakt, meestal is dat een moord of een doodslag. Een 'gezocht zaak' is vaak een video-opname van een (bank)overval of een 'pingeval'. Dat verschil is echter niet loepzuiver. Wat betekent dat van een overval soms een reconstructie gemaakt wordt en dat soms, bijvoorbeeld uit tijdgebrek, volstaan wordt met een video-opname. Waarmee de oplossingspercentages van opsporingsprogramma's vooral iets zeggen over de effectiviteit van reconstructies tegenover die van video-opnames.

De officiële misdaadstatistiek gaat uit van juridische categorieën als levensdelicten, vermogensdelicten zonder of met geweld enz. Door verschillende criteria te gebruiken wordt het onmogelijk om de resultaten van opsporingsprogramma's te vergelijken met andere opsporingsmethoden ³².

31 zie noot 30

32 zie Opsporing Gekocht, waarin deze opmerkingen al staan

De diverse regionale omroepen opereren in gebieden die onderling soms aanmerkelijk van elkaar verschillen. Het gaat, in willekeurige volgorde, om factoren als :

- de aan- of afwezigheid van een vaste politieproducer,
- tijdstip en duur van uitzending en duur van de carroussel,
- de manier en de kwaliteit van de presentatie,
- dagbereik, mede afhankelijk van het type tv-zender, nl. kabel en/of satelliet,
- beschikbaarheid van een (eigen) website, al dan niet in samenhang met belangstelling voor het onderwerp in regionale dagbladen en lokale advertentiekranten,
- prioriteiten van het provinciaal bestuur,
- de kracht van een regionale identiteit.

Sommige factoren, zoals de aan/afwezigheid van een vaste politieproducer of de kwaliteit van de presentatie zijn goed door een korps en/of een omroep te beïnvloeden. Bij factoren als een provinciaal taalbeleid of een provinciale identiteit ligt dat aanmerkelijk moeilijker. Met name omroeporganisaties in het westen van het land hebben het moeilijker dan regionale zenders als L1 of RTV Noord.

De vraag of een zaak dankzij een opsporingsprogramma is opgelost, blijkt in de praktijk moeilijk te beantwoorden. Als een kijker door het zien van een programma besluit te tippen, is de relatie helder. Alleen wordt dat lang niet altijd zo vastgelegd - als er al naar gevraagd wordt.

Een variant hierop is de tip die al aanwezig bewijsmateriaal completeert. Nooit kan worden uitgesloten dat het ontbrekende bewijs later niet alsnog op een andere manier zou zijn verkregen. Die terughoudendheid spreekt met name uit de kwalificatie: opgelost 'door' of 'mede door' een uitzending.

De derde variant betreft de mogelijkheid dat iemand het opsporingsprogramma niet ziet maar van een zaak kennis neemt via een krant, een website e.d. Als dat al wordt vastgelegd, blijft de relatie met de oorspronkelijke bron waarschijnlijk verborgen.

Elke tip moet nog 'bewerkt' worden, zelfs een 'gouden tip'. Wat betekent dat het resultaat van een goed opsporingsprogramma door slecht recherchewerk teniet kan worden gedaan. Het omgekeerde is natuurlijk ook mogelijk.

De kwaliteit van het recherchewerk zowel als van het opsporingsbeleid speelt een belangrijke rol. Het komt herhaaldelijk voor dat een verdachte die dankzij een uitzending werd aangehouden, vervolgens nog (veel) meer zaken bekent. Aan wie of wat moeten die opgeloste zaken dan worden toegerekend? En de vraag of men in zo'n situatie volstaat met het oplossen van enkele zaken of doorgaat tot een verdachte schoon schip heeft gemaakt, hangt ook af van het vervolgingsbeleid van het betrokken parket.

De procedures voor het verwerken van tips zijn bepaald niet waterdicht. Dat geldt in ieder geval voor de relatie met een opsporingsprogramma. Naarmate een tip later in de tijd binnenkomt, wordt die relatie kwetsbaarder. Politieproducers moeten daarom zelf vaak nagaan of er tips binnen zijn gekomen en wat daarvan de waarde is. De kans dat zaken worden opgelost (mede) door toedoen van een uitzending, terwijl de politieproducer of anderen dat niet horen, is bepaald niet denkbeeldig.

Naast het oplossen van misdrijven kan opsporingsberichtgeving bijdragen aan andere doelen. Voor omroeporganisaties speelt het aantal kijkers een grote rol. Bij sommige omroepen behoren opsporingsprogramma's tot de best bekeken onderdelen van hun aanbod. In de strijd om de gunst van de kijker en daarmee van financiering, is een opsporingsprogramma niet te versmaden. Een internetprovider of een krantenuitgever zal soortgelijke doelen nastreven.

Voor politie en justitie kan een opsporingsprogramma een belangrijke bijdrage aan een positief imago betekenen. Men kan bijvoorbeeld laten zien wat er allemaal gedaan wordt. Slachtoffers blijken dat te waarderen en maatschappelijke onrust kan ermee worden

ingedamd. Om dergelijke redenen wordt soms uitgebreider over een zaak bericht dan het opsporingsbelang nodig maakt. De redenatie daarbij is, dat politiewerk niet goed mogelijk is zonder draagvlak bij het publiek.

Tot slot blijkt het tonen van aangetroffen goederen in een redelijk groot aantal gevallen te leiden tot terugbezorging bij de eigenaar. De waarde van die goederen is moeilijk te bepalen omdat die gedeeltelijk van emotionele aard is. Bovendien is er niet zozeer sprake van 'winst' als wel van een 'besparing' van de kosten van vervanging of van schadevergoeding. Als een herkend voorwerp leidt tot een (vervolg)aangifte kan men, financieel gezien, zelfs spreken van bijkomende kosten voor de opsporing³³.

Kosten

Sommige omroepmedewerkers zeiden goed te weten wat de kosten van een programma waren. Anderen bleken dat geheel over te laten aan hun eind- of hoofdredacteur. Over het geheel gezien leek men in dit aspect niet erg geïnteresseerd. Sommigen gaven daarentegen wel aan, dat ze graag meer reconstructies wilden maken, en: "... elke week politie er live bij."

De politierespondenten hadden weinig inzicht in de kosten die voor een opsporingsprogramma gemaakt moesten worden. Een politieproducer had weliswaar een eigen budget, maar daaruit moesten ook nog allerlei andere kosten dan die voor het opsporingsprogramma worden betaald. Bovendien vallen allerlei recherchekosten bijvoorbeeld buiten deze budgetten.

De kosten van overleg of de inzet van politiemensen als figurant werden nergens bijgehouden. Wat niet wil zeggen dat politiemensen niet kostenbewust zijn. Alleen wordt er niet zozeer gerekend in geld, als wel in tijd. Want als er over een zaak uit oogpunt van kosten geen opsporingsbericht wordt uitgezonden, dan is dat vooral omdat men geen tijd heeft c.q. zegt te hebben. Enkele politieproducers waren zich dat zeer bewust. Zij probeerden daarom de opsporingsberichtgeving zo te organiseren dat het rechers zo min mogelijk tijd kost.

Kosten en baten

Zowel de opbrengst van opsporingsberichtgeving als de kosten daarvan zijn moeilijk in kaart te brengen. Ze worden voor een belangrijk deel niet bijgehouden en voor een deel zijn ze niet in geld uit te drukken. Een helder overzicht van kosten en baten is daarmee onmogelijk. Wat natuurlijk niet betekent dat opsporingsberichtgeving om die reden moet worden nagelaten.

Een mogelijke analyse van de kosten en baten van opsporingsprogramma's ziet er als volgt uit:

Positief gezien

- worden er misdrijven direct door opgelost.
- bekennen sommige verdachten die dankzij een opsporingsprogramma werden aangehouden
- bekennen nog meer zaken, voor een deel al bekend en voor een deel niet.
- draagt Opsporingsberichtgeving bij aan de oplossing van misdrijven.
- brengen Opsporingsprogramma's diverse neveneffecten teweeg, zoals een groter inzicht in opsporingswerk, in de risico's van sommige gedragingen of in de gevolgen voor slachtoffers. Ook bieden ze de mogelijkheid om in een zogenaamd service-item een speciaal thema te belichten. Waarschijnlijk wordt het algemeen maatschappelijk welzijn daardoor bevorderd.
- wordt een niet te veronachtzamen bijdrage geleverd door het grote aantal voorwerpen dat na vertoning door eigenaren wordt herkend.

33 zie ook Challenger, die wel berekeningen maakt en op grond daarvan concludeert dat een crime stopper financieel gezien voordelig kan zijn, maar die immateriële kosten buiten beschouwing laat.

Neutraal bezien

- is het weinig zinvol om te berekenen of de kosten van opsporingsprogramma's opwegen tegen de baten daarvan, zolang een vergelijkbare kosten-batenanalyse niet ook op de andere opsporingsmethoden en -werkwijzen wordt toegepast. Alleen dan is het mogelijk om tot een verantwoorde, onderlinge afweging van opsporingswerkwijzen en -technieken te komen.

Negatief bezien

- zijn opsporingsprogramma's met websites e.d. er omdát de mogelijkheden daarvoor bestaan. Zouden politie en justitie daar geen gebruik van maken, dan zou hen worden verweten dat ze niet met hun tijd meegaan. Ze zouden daardoor in toenemende mate vervreemd raken van de samenleving, met als gevolg een onvermijdelijk verlies aan geloofwaardigheid.

Alles bijeen genomen is het zeker mogelijk om de effectiviteit van opsporingsberichtgeving nog te verbeteren. Daarvoor worden in hoofdstuk 5 aanbevelingen gedaan.

3.11 Opsporingsberichtgeving via zelfstandige websites

Websites van overheidsorganen

In de vorige paragrafen werden opsporingsprogramma's inclusief een eventuele eigen website besproken. In deze paragraaf komen enkele zelfstandige mogelijkheden voor opsporingsberichtgeving aan de orde, namelijk:

- teletekst pagina 147
- de website politie.nl
- de website opsporingsbericht.nl van het Openbaar Ministerie.

Alhoewel dit onderzoek geen 'consumententest' is, worden er wel enkele opmerkingen gemaakt over de kwaliteit van de gepresenteerde opsporingsberichten.

Teletekst pagina 147

Het beheer van pagina 147 van Teletekst ligt bij het KLPD/dNRI. Deze voorziening geeft in geschreven vorm de tekst weer van de alom bekende getuigenoproep die soms rondom een NOS tv-journaal of een nieuwsbulletin via de radio wordt uitgezonden. De voorziening wordt in zeer wisselende mate gebruikt. Vaak staat er geen enkel bericht op. Tijdens het onderzoek stond maandenlang dezelfde tekst op de pagina³⁴.

Over de effectiviteit van deze voorziening bleken geen gegevens te worden bijgehouden.

Politie.nl

Op de centrale website van de Nederlandse politie (politie.nl) staat een groot aantal zaken waaraan in een van de opsporingsprogramma's aandacht is geschonken. Het overzicht maakt een onoverzichtelijke indruk. Uit een vergelijking met andere websites blijken niet alle zaken te worden genoemd waarover aan het publiek vragen zijn gesteld. Bovendien was het op het moment van onderzoek om onbekende redenen onmogelijk om foto's van getoonde sieraden te bekijken.

Opsporingsbericht.nl

Deze door het Openbaar Ministerie zelf opgestelde website bevat o.a. een overzicht van zaken waarvoor ooit een raambiljet is gedrukt en een beloning is uitgelooft. De lijst gaat terug tot 1998 of soms nog eerder. Een aantal zaken staat ook op andere websites. De aangeboden informatie is niet altijd bij de tijd. Zo stond begin maart 2005 op deze site nog de zeer geruchtmakende zaak van het 'meisje van Nulde' vermeld. De tekst ging over een mogelijk verband tussen het meisje van Nulde en lichaamsdelen van een jongetje die in de Thames waren gevonden. Ondertussen weten we dat het om twee verschillende

34 In oktober 2004 stond er op pag. 147 een uit juni 2004 daterend bericht over een vermist jongetje.

slachtoffertjes ging. Bovendien bleek het e-mailadres dat in 2005 nog in dit opsporingsbericht stond, ondertussen te zijn vervallen. Niet zo vreemd, want het team-Nulde werd al in 2003 ontbonden.

Deze website is niet voorzien van een 'contactknop'. Wie informatie wil verstrekken moet die zelf uit de tekst van de weergegeven zaken halen. Wel kent de website een uitgebreide lijst met links.

Conclusie

Behalve bij Teletekst pagina 147 is er geen navraag gedaan naar de effectiviteit van deze opsporingsmedia. Gezien de wat onoverzichtelijke presentatie en de soms verouderde opsporingsberichtgeving zal deze waarschijnlijk niet groot zijn. Het potentieel aan mogelijkheden van deze communicatiekanalen lijkt sub-optimaal te worden gebruikt.

Websites van particulieren

Een zoektocht op internet leverde een groot aantal websites op die op een of andere wijze te maken hebben met de opsporing van misdrijven. Nadrukkelijk wordt erop gewezen dat in deze paragraaf slechts een deel van deze websites aan de orde komen. Om praktische redenen worden met name websites over vrouwen- en kindermishandeling hier buiten beschouwing gelaten. Een onderzoek daarnaar rechtvaardigt een aparte studie.

De categorieën waarover gegevens werden verzameld zijn:

- oplichting via internet
- diefstal van voertuigen: auto's, motoren en vaartuigen
- kunstobjecten
- kinderporno
- vermiste personen/kinderen
- *M.* (meld misdaad anoniem)

Oplichting via internet

Internet blijkt uitstekend geschikt voor de handel in allerlei goederen, zowel nieuw als gebruikt. Dat het succes van e-commerce in hoge mate afhangt van de mate van betrouwbaarheid van internet spreekt vanzelf. Het gaat daarbij niet alleen om allerlei vormen van technisch misbruik als virussen, spam of Trojaanse paarden. Ook klassieke vormen van misbruik als oplichting kunnen e-commerce ernstig hinderen. Voor een grote website in gebruikte goederen waren de risico's van oplichting via internet reden om daarover een aparte website op te zetten. Het doel van "internetoplichting.nl" wordt als volgt omschreven:

"Internetoplichting.nl is een forumsite waar mensen hun verhaal, vragen en antwoorden kwijt kunnen inzake oplichting op het internet. Internetoplichting.nl wil op deze manier fraude op het internet proberen terug te dringen en mensen behoeden voor oplichting. Vraag hier uw advies aan lotgenoten."

Van deze mogelijkheid wordt regelmatig gebruik gemaakt, waarbij mogelijke oplichters met naam en toenaam worden genoemd. De meest voorkomende omschrijving van de ervaring is: "na de overeengekomen betaling niet leveren of iets geheel anders leveren dan was overeengekomen".

Het vragen van advies aan lotgenoten, zoals het officieel wordt omschreven, blijkt vooral te bestaan uit het plaatsen van een oproep aan lotgenoten. Op basis van de aldus verzamelde gegevens wordt vervolgens aangifte van oplichting gedaan.

"Ik ben ook opgelicht, en ik heb aangifte gedaan bij de politie. Ik had eerst op internet meer gedupeerden gezocht (dat doe ik nu nog steeds) en met een aantal hebben we aangifte gedaan. Omdat er meerdere aangiftes waren tegen dezelfde persoon is er een landelijk onderzoek ingesteld. Dus de politie doet wel wat!!!
By the way: ben jij ook opgelicht door Johan, Jelle, Jelte uit alkmaar, enschede, mail me dan ff want om deze persoon gaat het hier. Hij adverteert met spellen op marktplaats.
groetjes Astrid" (d.d. 27.08.2003 om 21:01:05)

Door zijn aard is internet grenzeloos. Dat geldt ook voor de grenzen van de politiekorpsen. Dat de politie daarmee nog niet altijd goed overweg kan, wordt door opgelichte internetters ook wereldkundig gemaakt:

“Tja dan heb je aangifte gedaan bij je plaatselijke politiekantoor.

De dader woont in een andere regio. Je belt de politie in die plaats van de dader en zij kunnen niet eens de aangifte van jou gedaan in jouw regio bekijken.

Nee ieder korps werkt onafhankelijk met eigen systeem, en de systemen zijn niet aan elkaar gekoppeld!!! Tis toch te gek voor woorden. ANNO 2004”

(d.d. 18.11.2004 om 00:25:02)

Ook tijdsgrenzen spelen nauwelijks nog een rol. Want de kritiek op de stand van de automatisering bij de politie werd nog diezelfde nacht volmondig onderschreven:

“..... ik weet precies, wat je bedoeld. Was laatst zelf nog op het politiebureau van Purmerend. Daar maken ze processen-verbaal op met een Word Perfect 5.1-achtig DOS-programma in 'n DOS-box van Windows 98. Echt waar!”

(d.d. 18.11.2004 om 01:35:23)

De kern van deze website bestaat uit internetgebruikers die lotgenoten zoeken en elkaar zo nodig bijstaan. Het is de meest pure vorm van opsporingsberichtgeving tussen burgers onderling. Internet fungeert daarbij tegelijkertijd als praatpaal en als schandpaal. Dat die vorm van communicatie in een behoefte voorziet, blijkt ook uit de introductie van soortgelijke websites als “datingbedrog.nl”.

De directe uitwisseling van gegevens tussen burgers onderling is ook het belangrijkste verschil met tv-programma's als 'Kassa!' of 'Opgelicht' waarin soortgelijke zaken aan de kaak worden gesteld. Zulke programma's helpen weliswaar bedrogen of op andere manieren benadeelde burgers, maar hebben ook een hoog amusementsgehalte. Het betreft hier een combinatie van info- en edutainment.

Omdat het vinden van geschikte respondenten in deze sector teveel tijd zou hebben gekost, is daarvan verder afgezien. Wel bestaat de indruk dat een verschijnsel als 'internetplichting.nl' in een behoefte voorziet en waarschijnlijk in omvang nog zal toenemen.

Vaar- en voertuigen

Op een aantal websites kunnen eigenaren van gestolen vaar -en voertuigen een oproep plaatsen. Naast algemene websites zijn er ook die bestemd zijn voor eigenaren van voertuigen van een bepaald merk.

Via de 'contactknop' werden de verschillende webmasters benaderd met de vraag om medewerking aan een kort interview. Daarbij werden achtergrond en doel toegelicht. Van deze webmasters ging er een op het verzoek in. De webmaster van een gespecialiseerde website reageerde met de mededeling dat men geen relevante informatie had.

De beheerder van “botengids.nl” zei eigenaar van ongeveer 40 websites te zijn, voor zowel vaar -als voertuigen. Voor wat betreft de voertuigen zijn de websites bedoeld voor gestolen auto's die niet tegen diefstal verzekerd waren. Is een voertuig wel daartegen verzekerd dan is aanmelding bij het VAR de aangewezen weg. Van een gestolen auto of boot kan men tegen een vast tarief op zijn websites een oproep met foto plaatsen, die ongeveer een jaar blijft staan. Het is de bedoeling dat de websites financieel rendabel worden.

Gestolen boten worden nogal eens aangetroffen. Bij rubberboten en buitenboordmotoren gebeurt dat zelden, waarschijnlijk omdat die goederen gemakkelijk te vervoeren en te verhandelen zijn. Voertuigen worden wel met regelmaat teruggevonden, met name door bewakingspersoneel ('car hunters'). Het uitloven van een beloning zou hierbij merkbaar verschil uitmaken. Nauwkeurige gegevens over het aantal teruggevonden vaar/voertuigen waren niet beschikbaar, want veel eigenaren nemen niet de moeite zich af te melden. Zijnerzijds had respondent in het verleden contact gezocht met verschillende politie-instanties. Die zouden weliswaar positief gereageerd hebben, maar verdere samenwerking was uitgebleven. Volgens respondent speelde hierbij het commerciële karakter van zijn websites een rol.

De Stichting VAR wordt bestuurd door het Verbond van Verzekeraars, de Bovag en de in het VNA verzamelde leasemaatschappijen. De financiering van de stichting is gebaseerd op het aantal gekentekende motorvoertuigen dat een verzekeringsmaatschappij in portefeuille heeft. Via de VAR kunnen alle gestolen voertuigen bij het diefstalregister worden aan- en afgemeld. Het maakt daarbij niet uit of een voertuig tegen diefstal is verzekerd. Het diefstalregister kan door de geautoriseerde instanties, waaronder opsporingsorganen, worden geraadpleegd. Het voordeel van de VAR is dat het diefstalregister continu wordt bijgewerkt. Vindersloon of tipgeld wordt uitbetaald conform de regeling voor tip- en toongeld. De VAR is verder niet actief als opsporingsdienst.

Via het LIV, het Landelijk Informatiecentrum Voertuigcriminaliteit, werkt de VAR samen met politie en de vroegere Rijksdienst Wegverkeer/RDW. Daarbij gaat het o.a. om mogelijke patronen die de VAR in de meldingen van diefstal constateert. Statistische gegevens over een reeks van aspecten betreffende voertuigcriminaliteit worden o.a. gepubliceerd via de website van de Stichting AVc (Aanpak Voertuigcriminaliteit).

Kunst

De Stichting Nedart beheert een website voor ontvreemde kunst. Een verdwenen object kan worden opgegeven, waarna de stichting ervoor zorgt dat het object in een internationale database wordt opgeslagen, die tegen betaling kan worden geraadpleegd.

Belanghebbenden kunnen zo de ontvreemding van een kunstvoorwerp bekend maken c.q. de herkomst van een bepaald object nagaan. De stichting werkt op basis van bijdragen van particulieren en van enkele in kunst gespecialiseerde verzekeringsmaatschappijen.

Respondent gaf aan dat zijn stichting in het verleden goede contacten had met de politie.

Door het verdwijnen van de in kunst e.d. gespecialiseerde afdeling bij de voorganger van de dNRI, waren niet alleen die contacten verdwenen, maar ook de kennis van kunstzaken bij de politie. Aan de hand van verschillende voorbeelden gaf respondent als zijn mening dat de kennis van kunstzaken bij de Nederlandse politie zeer gering is. Een gevolg daarvan is dat benadeelden zelden tot nooit verwezen worden naar zijn stichting, terwijl dat in het verleden wel gebeurde. Een ander gevolg is dat er rond kunstdiefstallen regelmatig informatie naar buiten wordt gebracht over de aard of de ligging van een pand of over privacygevoelige gegevens, waarmee een kunstdief zijn voordeel kan doen.

Vanuit zijn positie constateert respondent regelmatig dat er kennelijk een serie kunstdiefstallen wordt gepleegd. Soms waarschuwt hij dan de politie, ook al is het daarbij vaak lastig om in een korps de juiste persoon te vinden.

Kinderporno

De "Stichting Meldpunt ter bestrijding van Kinderporno op Internet" is ontstaan uit onvrede over de geringe aandacht die politie en justitie schonken aan de verspreiding van kinderporno via internet. De stichting kent een uit vrijwilligers bestaand bestuur, ondersteund door een kleine beroepsstaf. De inkomsten van de stichting bestaan uit subsidies van de EU en van enkele particuliere bedrijven. Uit het jaarverslag blijkt dat de financiering een bron van zorg is.

Het Meldpunt ontvangt per jaar ruim tweeduizend meldingen over kinderporno. Na screening en controle wordt een deel daarvan gemeld bij het KLPD. In 2003 werd zo'n 200 maal aangifte gedaan ter zake art. 240B Wetboek van Strafrecht, wat tot bijna 100 onderzoeken leidde. Gezien het grote verschil tussen het aantal meldingen en het uiteindelijk aantal aangiftes fungeert het Meldpunt duidelijk als zeef voor politie en justitie. Daarnaast komen er jaarlijks nog duizenden andere meldingen over allerlei aspecten van kinderporno binnen. Dit betrof de laatste jaren met name meldingen over spam in verband met kinderporno.

Als het Meldpunt zelf een overtreding constateert, doet het daarvan ook aangifte bij het KLPD. Het Meldpunt doet zelf geen opsporingsonderzoek. Verder is onbekend hoeveel meldingen over kinderporno direct bij korpsen binnen komen, noch wat daarmee verder gebeurt.

De relatie met de politie, i.c. het KLPD, wordt positief gewaardeerd. De opsporingscapaciteit wordt echter te gering gevonden, vooral gezien de snelle technische ontwikkelingen en de sterke groei van het onderling uitwisselen van materiaal via programma's als Kazaa. Een ander aspect is dat het vaak niet meer duidelijk is in welk land een bepaalde website feitelijk thuis hoort. Het Meldpunt kan daardoor niet altijd meer zeggen "voor wie het eigenlijk werkt".

Vermiste personen

Jaarlijks worden er zo'n 16.000 personen als vermist bij de politie aangemeld. Het overgrote deel daarvan wordt na enige tijd weer teruggevonden. De belangstelling voor vermiste personen en vooral voor vermiste kinderen nam desondanks in de jaren 1990 zo toe, dat het ministerie van Justitie daarvoor speciale websites inrichtte. In 1999 werd de website voor de opsporing van vermiste kinderen ingericht en in 2001 een website voor vermiste personen. Hiermee sloot ons land zich aan bij een beweging die in de Verenigde Staten was ontstaan en die ook in een aantal andere Europese landen actief is.

Het KLPD is belast met de zorg voor organisatorische aspecten rond die websites. Een vermist persoon wordt op een van de websites geplaatst als een politiekorps daarom vraagt. Het aan- en afmelden van een vermissing is namelijk de verantwoordelijkheid van de afzonderlijke politiekorpsen. Een aantal heeft daarvoor een korpscoördinator aangewezen. Een kind wordt pas op de website geplaatst als een wettige vertegenwoordiger aangifte van de vermissing heeft gedaan. Het plaatsen van een foto van het kind gebeurt ook alleen na toestemming van de wettige vertegenwoordiger. Als er sprake lijkt van een ernstig misdrijf kan een officier van justitie conform de Aanwijzing Opsporingsbevoegdheid daartoe ook opdracht geven. Wordt een volwassene vermist, dan wordt diens naam en foto op de website geplaatst als er gesproken kan worden van een 'onvrijwillige vermissing'. Een plaatsing of verwijdering van een vermissing op de KLPD-website wordt doorgegeven aan de redactie van het TROS-programma Vermist en aan enkele andere particuliere websites. Deze kennisgevingen vinden plaats op basis van gebleken bereidheid tot samenwerking en een zorgvuldig beheer van die websites. Het doel van deze regeling is een zo groot mogelijke naamsbekendheid van de websites voor vermisten. Het gemiddeld aantal bezoekers van de websites ligt rond de 500 per dag. Dit aantal stijgt duidelijk als er bijvoorbeeld een vermissing in de publiciteit is gekomen. Het resultaat van de websites voor vermisten is moeilijk te bepalen. Door het ontbreken van gegevens is het niet mogelijk om een historische vergelijking te trekken. Wel worden er personen teruggevonden dankzij hun foto op internet; soms blijkt iemand overleden. Verder biedt plaatsing van een vermiste op de websites de achtergebleven familie vaak veel emotionele steun; het wordt gezien als blijk van aandacht. Met name regionale nieuwsmedia schenken regelmatig aandacht aan de websites, wat niet alleen de aandacht voor het onderwerp levend houdt, maar soms ook leidt tot een herkenning (en terugkomst). Tot slot genereren de websites soms tips over (netwerken voor) kinderporno e.d. Dankzij de rond deze websites verzamelde kennis en ervaring kan dan aanvullende informatie worden gegeven.

Een probleem ligt in ieder geval bij de kennis van zaken binnen de politie zelf. Menig politieambtenaar blijkt het bestaan van de websites en van de achterliggende internationale organisaties niet te kennen. Gevolg is onder meer, dat het afmelden van een opgeloste vermissing nogal eens achterwege blijft. Wat weer een negatieve invloed heeft op een goed inzicht in omvang, aard en ontwikkeling van het probleem.

Meld Misdaad Anoniem : M.

De website van M. vermeldt het volgende:

“M. begon in 2002 als pilot-project van het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing (NPC). Het initiatief is gebaseerd op het Crimestoppers concept dat in diverse landen, zoals Engeland en de Verenigde Staten, succesvol wordt toegepast. M. is lid van Crime Stoppers International. M. kon worden voortgezet als structurele en landelijke voorziening op basis van de succesvolle resultaten in oktober 2003. In december 2003 werd Stichting Meld Misdaad Anoniem opgericht. Het bestuur van de stichting is samengesteld uit vertegenwoordigers van de ministeries van Justitie en Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, het Verbond van Verzekeraars en van de Raad van Hoofdcommissarissen.”

Het doel van M. is:

*“..... een appel op burgers om bij te dragen aan:
- Het tegenhouden van criminaliteit
- Het voorkomen van misdrijven
- Het beperken van de schadelast door misdrijven.
Het veiligheidsbesef wordt hierdoor verhoogd. Het vertrouwen in de aanpak van criminaliteit zal hierdoor toenemen.”*

Het bestuur van M. bestaat uit drie vertegenwoordigers van de overheid en een van private organisatie. Daarnaast is er nog een adviescommissie waarin twee 'overheidsdienaren' en drie vertegenwoordigers van een private organisatie zitten. De bestuurlijke verhoudingen binnen deze stichting worden weerspiegeld in de inkomsten. De financiën van M. komen voor zo'n 80% uit overheidsbudgetten. Het Verbond van Verzekeraars draagt 10% bij, evenveel als een aantal 'vrienden' van M.

Gezien deze verhoudingen is “M.” een public-private-partnership waarin de overheid een overwegende positie inneemt.

M. fungeert als doorgeefluik voor meldingen over criminaliteit. Om de anonimiteit van een tipgever te garanderen, worden tips uitsluitend via de telefoon ontvangen. Om die reden maakt M. geen gebruik van e-mail.

Tijdens een binnenkomend telefoongesprek wordt direct nagegaan of de verstrekte gegevens 'behandelbaar' lijken. Daartoe worden zo nodig aanvullende vragen gesteld. Lijken de verstrekte gegevens bruikbaar, dan wordt de 'tip' doorgegeven aan de meest geëigende opsporingsdienst, wat ook het Verbond van Verzekeraars kan zijn.

Uit de beschikbare gegevens valt op te maken dat ongeveer de helft van de tips over drugs gaat. Fraude en veiligheid (o.a. zedenzaken, mishandeling, beroving en overvallen) volgen op ruime afstand.

Gezien de proefperiode is 2004 het eerste jaar waarin M. volop draaide. Enkele van de belangrijkste resultaten over dat jaar zijn:

- er kwamen 51.000 telefoongesprekken binnen
- daarvan waren er 9.700 behandelbaar ('tips') en 41.300 ongeschikt als tip
- de 9.700 tips werden naar 12.000 geadresseerden/opsporingsinstanties gestuurd
- die 12.000 geadresseerden stuurden 3.700 afloopberichten, van 8.300 tips is de afloop onbekend
- uit die 3.700 afloopberichten bleek dat:
 - 330 tips van doorslaggevend belang,
 - 2.110 tips bruikbaar en
 - 1.260 informatief waren.
- Mede op basis van deze tips werden 795 verdachten aangehouden en 464 zaken opgelost.

Bij deze uitkomsten moeten wel de volgende kanttekeningen worden geplaatst :

- Het oordeel 'bruikbaar' of 'doorslaggevend' wordt toegekend door de geadresseerde (rechercheur of instantie).
- Van een zeer aanzienlijk deel van de doorgegeven tips krijgt *M.* niets meer te horen. De terugkoppeling door de opsporingsinstanties laat wat dat betreft te wensen over. De gepresenteerde cijfers zijn derhalve ondergrenzen. Uit het onderzoek van Challenger valt op te maken dat *M.* niet de enige crime stopper is die te kampen heeft met een gebrekkige terugkoppeling³⁵. Op dit punt hebben rechercheurs “all over the world” een slechte reputatie.
- Als teldatum is 1-1-2005 aangehouden, wat betekent dat met name een deel van de meldingen van najaar 2004 nog niet konden worden meegeteld. De bovenstaande cijfers zijn ook daardoor dus minima.
- De afloopberichten zeggen niets over de ernst van de desbetreffende misdrijven.
- Informatie over de waarde van teruggevonden of in beslag genomen goederen, geld of banktegoeden komt onvoldoende systematisch binnen om die te presenteren. Met name Amerikaanse crime stoppers gaan nogal prat op hun materiële opbrengsten. Challenger maakt echter aannemelijk dat die gegevens al net zo te lijden hebben van lekke informatielijnen als de gegevens over de bruikbaarheid van tips³⁶.
- De door *M.* doorgegeven tips leidden in 2004 tot 795 aanhoudingen en 464 opgeloste zaken. Waarschijnlijk wordt in een groot deel van die zaken meer dan een verdachte aangehouden. Ook is het mogelijk dat in al opgeloste zaken een nog onbekende verdachte werd aangehouden, of dat een verdachte twee of meer zaken bekende.
- Omdat *M.* werkt met anonieme bronnen, kunnen resultaten alleen via publieke nieuwsmedia worden verspreid. De website biedt daartoe een zeer goede mogelijkheid.

Een vergelijking van de opbrengsten van *M.* met die van Crime Stoppers Victoria is door al die definitieverschillen en registratielekken voorlopig weinig zinvol.

Algemene conclusie

In hoofdstuk 1 par. 7 werden verschillende voorbeelden van 'crime stoppers' besproken. Aan de hand van twee kenmerken, namelijk beheersvorm en financiën, werden die organisaties op een continuüm geplaatst dat liep van een publieke naar een private onderneming. De in deze paragraaf genoemde bijzondere vormen van opsporingskanalen op internet e.d. kunnen nu op dezelfde manier worden gekarakteriseerd (zie onderstaand schema).

Natuurlijk is deze typering van de verschillende organisaties enigszins arbitrair. Door deze schematisering wordt duidelijk dat er bij de opsporing van misdrijven met behulp van elektronische media gebruik wordt gemaakt van een scala aan organisatievormen. Wel kan hier de vraag worden gesteld, waarom bijvoorbeeld kunstdiefstal door een particuliere organisatie wordt behartigd, het opsporen van vermiste kinderen door zowel particuliere als overheidsorganisaties wordt verzorgd en het anonieme meldpunt *M.* in belangrijke mate een overheidszaak is. Deze verschillen lijken niet van principiële aard te zijn, maar veeleer het gevolg van een politieke beslissing op een bepaald moment.

35 zie Challenger

36 zie Challenger

Schematische weergave van enkele 'crime stoppers' o. g. v. van financierings- en beheersvorm

geheel particulier qua financiering en beheer		mix van particulier en overheid		als PPS opgezet	geheel door overheid betaald en beheerd	
--- ----- -----		----- ----- -----		----- -----	----- -----	
botengids Nedart Tros Vermist e.a.	Crime Stoppers VS VAR	Crimestoppers UK Meldpunt Kinderporno	CSV		M.	Tt. 147 websites politie, OM, vermiste personen

Wat niet alleen betekent dat het 'morgen' anders kan zijn. Het betekent ook dat er niet systematisch nagegaan wordt of alle relevante onderwerpen op verantwoorde wijze aan de orde komen.

Het ontbreken van een vorm van regie over het geheel leidt er waarschijnlijk toe, dat de kwaliteit van de verstrekte informatie zowel als van de 'opsporingsberichtgeving' soms sterk verschilt - als er al informatie te vinden is. Zo is er bijvoorbeeld geen website speciaal voor de bestrijding van illegaal wapenbezit aangetroffen.

Tot slot is de wellicht belangrijkste vraag hierbij: zijn de gekozen respectievelijk gegroeide organisatievormen wel de meest geschikte, gezien hun doel in relatie tot de omgeving waarin ze moeten functioneren? Is bijvoorbeeld het vertrouwen van burgers in de overheid groot genoeg om daarbij een meldpunt te gebruiken dat in aanzienlijke mate bestaat dankzij overheidssteun? Misschien levert een geheel door burgers verzorgd meldpunt wel betere resultaten. Of is het daarentegen juist vreemd dat de opsporing van gestolen kunstvoorwerpen hoofdzakelijk via een website verloopt, die primair het particuliere belang moet dienen en dus minder oog zal hebben voor het algemeen belang? Deze laatste vragen gaan het bestek van het onderzoek echter te buiten.

Hoofdstuk 4. Samenvatting van de bevindingen

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste constatering en bevindingen uit hoofdstuk 3 kort samengevat.

4.1 Overzicht van opsporingsmedia

Het aantal opsporingsmedia is de laatste jaren sterk gegroeid. Voor sommige is het daarom nog te vroeg om ze al te beoordelen. Gevolg is dat het bij opsporingsmedia vooral gaat over het tv programma Opsporing Verzocht.

De oudere regionale opsporingsprogramma's zijn maandelijks. De jongere generatie is (twee)wekelijks en duurt ook korter.

De betrokken medewerkers van een regionale omroep zien zich vooral als verlengstuk van politie en justitie.

De vraag of er een website moet komen en wie daarvoor zal zorgen, wordt verschillend beantwoord. Soms doet een korps dat, soms een omroep. Ook de programmering tijdens de zomermaanden en rond de feestdagen in december vertoont lacunes.

4.2 Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving (LSO) en Regionale Mediacommissies (RMC)

De LSO bestaat uit vertegenwoordigers van de politiekorpsen onder voorzitterschap van een hoofdofficier van justitie. De LSO is de laatste jaren een meer activerende rol gaan vervullen. Dat blijkt o.a. uit de proeven met enkele recente opsporingsprogramma's. Ook worden bijeenkomsten voor politieproducenten georganiseerd en is contact gezocht met de Raad van Hoofdcommissarissen.

Niet in elke provincie bestaat een RMC, omdat er niet overal regionale opsporingsprogramma's zijn. In de bestaande negen RMC's hebben vertegenwoordigers van openbaar ministerie, politiekorpsen en soms omroepen zitting. Hun werkwijze varieert van sturing op hoofdlijnen tot (mee)selecteren van zaken.

Afgezien van de werkwijze van een RMC is het altijd de zaaksofficier van justitie die beslist over het gebruik van opsporingsberichtgeving.

4.3 Politieproducer

De omvang van de functie van politieproducer varieert van marginaal adviserend tot geheel coördinerend. De tijdsbesteding varieert daarmee van nagenoeg niets tot een volledige functie. De meeste politieproducenten zijn werkzaam bij een afdeling communicatie. Vooral omroepmedewerkers ervaren een vaste politieproducer als een voordeel.

De meeste politieproducenten zijn executief politie-ambtenaar. Persoonlijke bekendheid in het korps wordt als een voordeel ervaren. Aan de functie van politieproducer worden overigens geen bijzondere eisen gesteld. Slechts in enkele korpsen is deze functie beschreven.

Een dilemma betreft de plaats in de organisatie. Bij 'Communicatie' zit men middenin de informatie-stroom, maar daarmee wordt de indruk gewekt of in stand gehouden dat opsporingsberichtgeving voorlichting betreft, terwijl het een opsporingsmiddel is.

4.4 Selectie van zaken

In sommige korpsen draagt de recherche veel zaken aan voor opsporingsberichtgeving. In andere moet de politieproducer er flink aan trekken. Waarschijnlijk is dit vooral een gegroeide gewoonte in een korps. De persoon van de politieproducer speelt hier zeker ook

een rol en in ieder geval is dat zo bij de selectie van zaken. Soms selecteert echter de 'mediacommissie' als geheel. De positie van de zaaksofficier is onomstreden. Deze is er altijd bij betrokken.

De wijziging van de Aanwijzing Opsporingsberichtgeving 2004 wordt ervaren als een formalisering van de gegroeide praktijk. Het belang van de opsporing is de belangrijkste maatstaf.

Opsporingsberichtgeving betreft meestal het vragen om informatie aan burgers. Daarnaast spelen nog factoren als beeldvorming, geografische spreiding of publicitaire noodzaak. Een beperkt aantal zaken wordt uitgezonden om specifieke recherche-tactische overwegingen, om in te spelen op het geweten van een dader c.q. de kring rondom hem, of om de risico's van een bepaalde gedraging te belichten.

Het gebruik van opsporingsprogramma's varieert van 'laatste strohalm' tot een 'strategische afweging' van in te zetten communicatiemedia. Deze laatste mogelijkheid wint langzaam terrein.

4.5 Productieproces

Het productieproces van een opsporingsprogramma duurt meest drie tot vijf dagen. Bij wekelijkse uitzendingen is er sprake van een continu proces.

In een aantal gevallen vindt een researcheteam dat daaraan te veel tijd moet worden besteed. Dan wordt een zaak beperkter of helemaal niet uitgezonden. Belangrijke knelpunten zijn de woordvoering en de reconstructie. Zulke knelpunten zijn echter ten minste gedeeltelijk op te lossen.

Iedereen onderschrijft dat een opsporingsprogramma ook aantrekkelijk moet zijn om naar te kijken. De verhouding tussen het informatieve element en de amusementswaarde wordt vaak geschat op 60 tegen 40 %. De regionale omroepmedewerkers zien een opsporingsprogramma als een onderdeel van de taak van een publieke omroep. Door organisatorische maatregelen en bijvoorbeeld door een redactiestatuut wordt de scheiding tussen nieuwsvoorziening en opsporingsberichtgeving verzekerd. Men ervaart daarbij geen problemen. Omroepmedewerkers ervaren wel concurrentie tussen omroeporganisaties onderling. Het aantal voor uitzending geschikte zaken is niet onbeperkt.

4.6 Kijkcijfers van landelijke opsporingsprogramma's

Het kijkcijfer is nog steeds de meest gebruikte maatstaf bij tv-programma's. Met zo'n 1,5 miljoen kijkers per week is Opsporing Verzocht nog steeds het best bekeken programma in ons land. Ook in vergelijking met de Duitse en Britse pendanten scoort het goed.

Opsporingsberichtgeving in België bleek voor commerciële omroeporganisaties niet erg aantrekkelijk. Daar werkt men nu vooral via regionale omroepen en 'klassieke' persagentschappen.

4.7 Dagbereik van regionale omroepen

Omdat de regionale omroepen een carrousel uitzenden, wordt hun bereik gemeten als het dagbereik. Dat is het gemiddeld aantal mensen dat naar de regionale tv kijkt.

Het dagbereik van de diverse omroepen varieert aanzienlijk. Een groot aantal factoren speelt hierbij een rol. Toch mag geconcludeerd worden dat sommige regionale omroepen een fors deel van de bevolking bereiken.

Op grond van kijkcijfers en dagbereik kan geconcludeerd worden dat er weken zijn waarin meer dan 3 miljoen Nederlanders een of meer opsporingsprogramma's bekijken. Daarmee is opsporingsberichtgeving via tv-programma's (en daarop aansluitende websites) een krachtig instrument.

4.8 Kenmerken van kijkers

Het profiel van de kijkers naar opsporingsprogramma's kan als volgt worden samengevat:

- kijkt vooral naar Opsporing Verzocht, naar de Politieberichten en naar regionale programma's,
- is waarschijnlijk ouder dan 50 en vrouw,
- indien allochtoon, is z/hij waarschijnlijk jonger dan 30 en goed opgeleid,
- kijkt vooral uit interesse of uit betrokkenheid en het liefst naar een van de 3 "v's" : vermoord, vermist of verkracht.

Het aantal bruikbare onderzoeken naar kijkgedrag is beperkt. De beschikbare onderzoeken zijn bovendien niet expliciet bedoeld voor de beeldvorming van opsporingsberichtgeving.

4.9 Tipgever en tip

Voor het verwerken van tips die binnenkomen naar aanleiding van een opsporingsbericht gelden vaste procedures. Die procedures zijn niet waterdicht, vooral als er meer tijd komt te liggen tussen een uitzending en de binnenkomst van een tip. Ook moeten politieproducers vaak zelf nagaan of er naar aanleiding van een uitzending bruikbare tips zijn binnengekomen.

Tipgevers wonen vaak in dezelfde regio als waar het betrokken misdrijf is gepleegd.

Bruikbare tips komen relatief vaak van familieleden, collega's respectievelijk politiemensen.

Over de motieven van tipgevers is nog maar weinig bekend. Wel lijken tipgevers zich vaak zorgvuldig van hun zaak te vergewissen, voordat zij contact met de politie opnemen.

Het aantal tips dat binnenkomt op een uitgezonden zaak varieert meestal van enkele tot ruim twintig. Het aantal onzinnige tips is zeer klein, maar de meeste tips zijn ook niet erg relevant.

4.10 Baten en kosten

De voor een heldere afweging van kosten en baten vereiste gegevens ontbreken goeddeels. Incidenteel worden er wel gegevens over behaalde resultaten bijgehouden, maar de daarbij gehanteerde criteria zijn niet altijd vergelijkbaar met de gebruikelijke misdrijfstatistiek.

Naast het hoofddoel realiseert opsporingsberichtgeving ook andere doelen. Zo wordt van de goederen die op tv zijn getoond ongeveer de helft door de eigenaar herkend. Een ander neven doel is het kunnen inspielen op maatschappelijke onrust.

Over de kosten van opsporingsberichtgeving is weinig bekend. Slechts een enkele politieproducer of omroepmedewerker had daarvan een redelijk idee. Maar ook dan vielen veel kosten niet bij benadering te schatten. In feite denkt men ook niet zozeer in geld, als wel in tijd. Besparing van tijdverlies heeft wel de aandacht.

Ondanks allerlei onvolkomenheden kan toch de volgende balans worden opgemaakt:

Positief is

- Dat er zaken direct of mede door opsporingsprogramma's worden opgelost.
- Dat goederen worden teruggebracht bij eigenaars.
- Dat er soms belangrijke neven doelen worden gerealiseerd zoals een groter inzicht in opsporingswerk en in riskant gedrag.

Positief is ook

- Dat opsporingsberichtgeving gebruik maakt van moderne media. Zou dat niet gebeuren, dan zouden politie en justitie aan geloofwaardigheid verliezen.

Neutraal is

- Dat een vergelijking met de kosten en baten van andere opsporingsmethoden en -middelen niet goed mogelijk is door het ontbreken van relevante en betrouwbare gegevens daarover.

Negatief is

- Dat de mogelijkheden van opsporingsberichtgeving nog lang niet worden uitgebuit.

4.11 Enkele bijzondere vormen

Aan de hand van een continuüm lopend van 'particulier' tot 'overheid' zijn de websites van een aantal organisaties met elkaar vergeleken. Deze benadering maakt duidelijk dat er in deze sector van de opsporing gebruik wordt gemaakt van diverse organisatievormen. Daarbij rijst wel de vraag waarom bijvoorbeeld kunstdiefstal door een particuliere organisatie wordt behartigd en het anonieme meldpunt *M.* voornamelijk door de overheid wordt gedragen. Die toestand lijkt niet van principiële aard te zijn, maar veeleer het gevolg van een politieke beslissing op een bepaald moment. Wat niet alleen betekent dat het 'morgen' anders kan zijn. Het betekent ook dat er niet systematisch nagegaan wordt of alle relevante onderwerpen op verantwoorde wijze aan de orde komen. Het ontbreken van een vorm van regie over het geheel leidt er waarschijnlijk toe, dat de kwaliteit van de verstrekte informatie zowel als van de 'opsporingsberichtgeving' soms sterk verschilt - als er al informatie te vinden is. Zo is er geen website speciaal voor de bestrijding van illegaal wapenbezit aangetroffen.

Hoofdstuk 5. Conclusie en Aanbeveling

Dit onderzoek is inventariserend van karakter. Er is niet gewerkt met van te voren gestelde normen waaraan de bevindingen van het onderzoek konden worden getoetst. Toch kan er wel een conclusie worden getrokken, ook al is die meer tentatief en gebaseerd op impliciete ideeën over hoe het zou kunnen.

De Conclusie: vrijblijvendheid

In H. 3 par. 9 wordt een balans opgemaakt. De positieve zaken wegen zeker op tegen de negatieve. De belangrijkste indruk is wel, dat er met opsporingsberichtgeving in het algemeen en via elektronische media in het bijzonder zo vrijblijvend wordt omgegaan. Die vrijblijvendheid betreft niet de persoonlijke inzet of integriteit van betrokkenen. Die staat hier niet ter discussie. De betrokkenheid van de respondenten bij hun werk was juist opvallend groot.

Wel wordt met vrijblijvendheid bedoeld dat er nog zó weinig over opsporingsberichtgeving als methode bekend is, dat nagenoeg iedereen welhaast ongestraft het eigen inzicht kan volgen. Want het antwoord op de vraag of een opsporingsbericht vereist is, welk middel wanneer moet worden ingezet, welke kanalen het meest geschikt zijn, wat de kansen op succes zijn of hoe de bereidheid tot medewerking van burgers kan worden bevorderd, is toch vooral gebaseerd op persoonlijk inzicht. Kennis en ervaring kunnen dat inzicht aanscherpen. Veel kennis, onderbouwd en getoetst door onderzoek, is er echter niet en ervaring kost tijd en die ontbreekt vaak.

Die vrijblijvendheid komt met name naar voren bij de manier waarop wordt omgegaan met opsporingsberichtgeving als strategisch instrument. In sommige korpsen is er een duidelijke plaats voor ingeruimd. In andere lijkt het er veeleer wat bij te hangen. Want terwijl het ene korps werkt met een vaste producer in een netwerk van contacten, een website en een 'e-zine', hangt het in een ander korps vooral af van het oordeel van een individuele rechercheur of zijn/haar chef.

Tips kunnen op zeer verschillende manieren binnenkomen. Een waterdichte garantie dat elke tip wordt onderzocht is daarmee niet te geven. Een mogelijkheid om de kwaliteit van tip-procedures aanzienlijk te verbeteren is terugkoppeling van rechercheur naar de 'politieproducer' en naar de tipgever. Feedback geven blijkt echter niet het sterkste onderdeel van het researchewerk - een kenmerk dat ook in het buitenland prominent blijkt. Met als gevolg dat politieproducers zelf navragen of er tips waren en wat daarmee gedaan kon worden. Vanuit de gedachte dat positieve feedback burgers zal stimuleren om te blijven tippen. Want als burgers merken dat er geen garantie is dat hun tips zelfs maar op waarde worden geschat, laat staan worden onderzocht, zal dat afbreuk doen aan het vertrouwen dat zij stelden in hun politie en justitie. Dat gaat verder dan de wat simpele benadering van positieve feedback. Dat raakt dan de legitimiteit van het systeem.

De Aanbeveling : professionalisering

De vrijblijvendheid rond opsporingsberichtgeving kan het best worden tegengegaan door deze methode van begin tot eind te professionaliseren. Daarmee wordt bedoeld dat alle aspecten ervan grondig tegen het licht worden gehouden en op hun bruikbaarheid worden onderzocht. Dat vereist wel, dat opsporingsberichtgeving wordt erkend als een volwaardig samenstel van opsporingsmiddelen. Opsporingsberichtgeving hoort dan ook thuis bij de opsporing en niet, zoals nu nog vaak het geval is, bij communicatie of voorlichting. Want ook al is dat laatste uit oogpunt van efficiency te verdedigen, het leidt tot verwarring en tot onvoldoende aandacht voor een in potentie krachtige categorie opsporingsmiddelen. De noodzaak tot een strategische aanpak van opsporingsberichtgeving dringt. De snelle technologische veranderingen trekken diepe sporen in ons dagelijks leven. Verder moet een doordachte strategie voor opsporingsberichtgeving natuurlijk zijn afgestemd op een omgeving waarin nieuwe omroeporganisaties zich aandienen en oude omroeporganisaties een geheel andere rol moeten gaan vervullen. Naar het zich laat aanzien zal een programma

als Opsporing Verzocht in dat nieuwe omroepbestel niet zo makkelijk passen. Bij het zoeken naar eigentijdse oplossingen zullen de ervaringen in België waarschijnlijk goed bruikbaar blijken.

De professionalisering van de opsporingsberichtgeving betekent dat de huidige toestand grondig wordt onderbouwd, uitgebouwd en afgebouwd. De aanpak daarvan kan gebeuren aan de hand van de volgende, bepaald niet volledige opsomming van aandachtspunten:

- wie is in het korps verantwoordelijk voor de opsporingsberichtgeving?
- wat moet een opsporingsambtenaar weten van opsporingsberichtgeving?
- welke functie-eisen moeten worden gesteld aan een politieproducer?
- welke methoden van opsporingsberichtgeving worden toegepast en welke ervaringen hebben we daarmee?
- hoe en door wie worden zaken voor een opsporingsbericht geselecteerd?
- wat weten we van de bereidheid van burgers om te tippen?
- hoe garanderen we dat tips onderzocht worden en hoe worden tipgevers over het resultaat van hun tip geïnformeerd?
- tot hoever moet opsporingsberichtgeving zich uitstrekken?
- hoe bepalen we of opsporingsberichtgeving voldoende effectief wordt ingezet?
- hoe voorkomen we dat opsporingsberichtgeving verwordt tot een warboel aan krantenberichtjes, telefoonnummers, tv-programma's, websites, ppp's, radiospotjes, videostreamers, sms-alerts en wat er allemaal nog meer aan staat te komen? En hoe brengen we daar lijn in?
- en tot slot: wat gaat dat kosten en wie zal dat betalen?

Bijlage 1. Geraadpleegde personen **

Persoonlijk:

Aling, hr. Thomas - politie Utrecht
Harten, mevr. Sylvia - KLPD/dNRI (later opgevolgd door hr. Kees Weijman)
Jens, hr. Bernard - politie Utrecht
Meggelen, hr. Jaap van - politie Rotterdam-Rijnmond
Preusting, mevr. Gerda - politie Brabant-Noord
Samson-Geerlings, mr. Rieke - hoofdofficier van justitie, voorzitter LSO
Veen, hr. Rob van der - politie Amsterdam-Amstelland
Velde, hr. Henk van der - politie Rotterdam-Rijnmond

Telefonisch:

Bender, hr. Lex - RTV West, Team West
Bezembinder, hr. Hans - KLPD/dNRI, teletekst pagina 147
Blaauw, hr. Jan A. - hoofdcommissaris van politie b.d.
Bladder, mevr. Monique - RTV Oost, Onder de Loep
Clabbers, hr. Hay - politie Limburg-Noord
Dekker, mevr. A.J. - manager operations St. VAR
Don, hr. Alwin - politie Zeeland
Eendenbak, mevr. Franske - KLPD/dNRI, website vermiste kinderen
Gerven, hr. H.P. van - website botengids.nl
Hamming, mw. Renske - politie Limburg-zuid
Huis†, hr. Piet van - politie Groningen
Iebema, hr. Sjoerd - Omrop Fryslân
Jager, mevr. M. de - St. Meldpunt Kinderporno
Jakobsen, hr. Henk - RTV L1, De Gouden Tip
Jong, mevr. Lutske de - Omrop Fryslân, Plysjepost
Koppens, hr. Kees - politie Haaglanden
Kramer, hr. Wim - RTV Utrecht, Bureau Hengeveld
Metternich, hr. Claus - Omroep Oost, Onder de Loep
Oosteren, mevr. Anne-Marie van - RTV Brabant, Bureau Brabant
Ott, hr. Antoon - St. Nedart
Peeters, hr. Tom - Dienst TV Federale Politie België
Rambonnet, hr. Robert - politie Fryslân
Schipper, hr. Carlo - KLPD/dNRI, website vermiste kinderen
Sissing, hr. Frits - presentator Opsporing Verzocht/AVRO
Smith, hr. Reinder - RTV Noord, Opsporing Noord
Smulders, hr. Ruud - operationeel manager Stichting M.
Tasseron, mevr. Iris - RTV Utrecht, Bureau Hengeveld
Verkaik, hr. Jan - politie Fryslân
Visscher, hr. Jaap - politie IJsselland
Vos, hr. Onno - RTV Noord-Holland, Ter Plaatse

** Alle geïnterviewde politieambtenaren zijn in hun korps (volledig) werkzaam (geweest) als 'politieproducer' c.q. als contactpersoon opsporingsberichtgeving, tenzij anders vermeld.

Bijlage 2. Geraadpleegde literatuur

Aanwijzing Opsporingsberichtgeving no. 2000A012 d.d. 1-6-2000

Aanwijzing Opsporingsberichtgeving no. 2004A010 d.d. 15-12-2004

Aanwijzing Voorlichting opsporing en vervolging no. 2002A006 d.d. 1-8-2002

Ariëns, Laura, Dorien van Es en Kim Peijnenburg, Opsporing Verzocht - onderzoek naar kenmerken van tipgevers en relevantie van tips, KLPD/dNRI, 2004, niet gepubl.

Ariëns, Laura en Kim Peijnenburg, Media als middel - een onderzoek naar doelgroepen en mediagebruik van opsporingsberichtgeving, scriptie RU Utrecht, niet gepubl., 2004

Baardwijk, Corry e.a., Mediagebruik etnische publieksgroepen 2002, Hilversum, juni 2004. onderzoek uitgevoerd door het Kijk- en Luisteronderzoek van Publieke Omroep, in opdracht van de Nederlandse Programma Stichting, de Publieke Omroep en de Rijksvoorlichtingsdienst

Bennink, Ton, 'Wij hebben thermometer het diepst in billen samenleving', in: Reclassering no. 6/2000, pg. 4-7

Berridge, Clive, Tuning in to Crimewatch, The Legal Executive - Journal of the Institute of Legal Executives, October 2002

Blaauw, J.A., Dossier Blaauw, De Fontein 2004, pg. 145-149

Brants, C. en K. Brants, De driehoeksverhouding justitie-media-burger, in: Justitiële Verkenningen no. 6/2002, pg. 9-28

Challinger, Dennis, Crime Stoppers: Evaluating Victoria's Program, in: Crime and Criminal Justice, no.272, Dec. 2003, Australian Institute of Criminology

Durette, Ray and Charles Otto, A test of a crime and justice infotainment measure, in: Journal of Criminal Justice, vol. 30-5, 2002, pg. 443-453

Godfroy, Frans en René van der Velden, Opsporing Verkocht - mensenjacht via de televisie, Kri-boek, Den Bosch 1984, ISBN 90-71063-01-1

Hagedoorn, Marit, Hoe anoniem is M.?, in: Alg. Politie Blad no. 4/2005, pg. 10-11

Innes, Martin, The Media as an Investigative Resource in Murder Enquiries, British Journal of Criminology, vol. 39, no. 2, pg 269-286

Jaarverslagen Opsporingsberichtgeving 2002 en 2004, uitgebracht door de Landelijke Selectiecommissie Opsporingsberichtgeving van het Openbaar Ministerie

Jans, Rien, Regionale opsporings-tv nog in de kinderschoenen – toch heeft men in de regio kansen, Alg. Politieblad no. 1-2002, pg. 8-10

Kuijvenhoven, Arie, Wetenschappelijk onderzoek over de recherche: ontluistering of opheldering? in: De recherche onder de loupe, C. Fijnaut en A. Kuijvenhoven (red.), Lochem 1985, pg. 202 ev

Kuijvenhoven, Arie, De effectiviteit van opsporing op tv, Tijdschrift voor de Politie, no. 11/2002, pg. 11-17

Leur, Arjan van de, Handreiking reality tv – politie genuïlkorfd door conflicterende belangen?
In Alg. Politieblad no. 17/1997, pg. 22

Mawby, Rob, Cops on the box, Policing today, maart 1997, pg. 32-3

Minnebo, Jurgen, De effecten van opsporingsprogramma's op de kijker: een voorstel tot correctie, in Panopticon, 1999, pg. 264-277

Opsporingsberichtgeving in de regio Limburg-Noord, beleidsnota d.d. september 2004

Opsporingsberichtgeving in de Media, cd-rom uitgebracht door KLPD/dNRI en het OM - Parket Generaal, 2004

Rosbeek, J. en J. van Doorn-Rietveld, Opsporing Verzocht vaker op de buis, in Alg. Pol. Blad no. 13/1998, pg. 10-11

Schuijt, G., Het portret van Mohammed B., in NJB no. 18/2005

Simon, Will, Opsporing Verzocht - resultaten, feiten en achtergronden, Naarden 1989, ISBN 90-6010-694-6

Spelverdeler in de opsporing - Een visie op de Forensische Opsporing, Projectgroep Forensische Opsporing van de Raad van Hoofdcommissarissen, december 2004

Stichting Meldpunt ter Bestrijding van Kinderporno op Internet, jaarverslag 2003, Amsterdam

VeiligheidsScan Regiopolitie Groningen 2003, par. over kijkcijfers

Bijlage 3. Hoofdvragen bij interviews

ONDERZOEK EFFECTIVITEIT ELEKTRONISCHE OPSPORINGSBERICHTGEVING

HOOFDVragen

I

- welke t.v.-programma's en andere media worden gebruikt voor het verspreiden van opsporingsberichten

II

- voor wie/welke doelgroep(en) zijn die programma's bestemd
- welke typen zaken komen aan de orde
- wie selecteert de uit te zenden zaken
- welke criteria spelen daarbij
- op welke wijze (wie, hoe, hoe vaak, waar) verloopt beslisproces/overleg etc.

III

- hoe en onder wiens verantwoordelijkheid worden de diverse programma's vervaardigd
- hoe verloopt productieproces
- hoe is het binnenkomen en verwerken van tips georganiseerd
- wat zijn de productiekosten: van politie vóór resp. na uitzending van omroeporg.

IV

- hoe zijn de dagelijkse praktijk van de opsporing en opsporingsberichtgeving via t.v. enz. met elkaar verbonden

V

- wanneer kan gesteld worden dat opsporingsberichtgeving via tv en via andere media succesvol zijn

VI

- welke gegevens over kosten, tijd en resultaten van programma's worden bijgehouden en
- hoe en door wie wordt bepaald of die kosten, tijd enz. in een redelijke verhouding staan tot de daarmee behaalde resultaten

... AK

Bijlage 4.

Overzicht regionale opsporingsprogramma's (toestand najaar 2004)

Naam programma	Plysjepost	Opsporing Noord	Onder de loep	Bureau Hengeveld
website op regio tv	Ja	Ja	Nee	Ja
link naar korps(en)	Ja	Nee		Nee
zendschema	maandelijks	maandelijks	maandelijks	wekelijks
dag	dinsdag	3e woensdag	laatste dond.	dins+zondag
tijdstip	19.05-19.30	18.50-19.15	19.21-19.39	18.40 + 18.20
vooraankondiging	Nee		Ja	Ja
eigen telefoon nummer	Nee	Ja		Ja
vaste presentatie	Ja	Ja	Ja	Ja
archief - alleen tekst				
- ook foto's		Ja	Ja	
- ook video				Ja
algemene voorlichting			Ja	
rubriek resultaten	Nee		Ja	
ook in dagcarrousel			Ja	

	Noord-Holland	Zuid-Holland	Zuid-Holland	Brabant	Limburg
Naam programma	Ter plaatse	Team West	Veilig Rijnmond	Bureau Brabant	De Gouden Tip
website op regio tv	Ja	Nog niet	Ja		
link naar korps(en)	Ja	Nog niet	Nee	Nee	Ja
zendschema	wekelijks	wekelijks	wekelijks	Wekelijks	2-wekelijks
dag	woensdag	woensdag	woensdag	dinsdag	dinsdag
tijdstip	18.40	18.41 – 18.49	17.28 – 17.44	18.45 – 18.56	17.07
vooraankondiging	Ja	Nee	Ja	Ja	Ja
eigen telefoon nummer	ja + sms	Nee	Nee	Ja	Ja
vaste presentatie	Ja	Redacteur	Ja	Ja	Ja
archief - alleen tekst		in		in	
- ook foto's	Ja	ontwik-		ontwik-	Ja
- ook video		keling	Ja	keling	
algemene voorlichting	Ja	alg.reportages	Ja	Ja	Ja
rubriek resultaten		Nog niet	Ja	Ja	Ja
ook in dagcarrousel	Ja	Ja		Ja	Ja