

# **EINDVERSLAG CAMPAGNE EN INLEVERACTIE WAPENS 2021**

# Inhoud

<b>1. Inleiding</b> .....	<b>3</b>
<b>2. November 2020: de aanleiding</b> .....	<b>4</b>
2.1 Actieplan Wapens en Jongeren .....	4
2.2 Inleveractie van wapens (actie 7) .....	5
2.3 Bewustwording en ontmoediging via campagnes (actie 1) .....	6
2.4 Terugblik en evaluatie .....	7
<b>3. Januari 2021: de landelijke organisatie</b> .....	<b>8</b>
3.1 Werkgroepen actieplan Wapens en Jongeren .....	8
3.2 Werkgroep Communicatie en Inleveractie .....	8
3.3 Terugblik en evaluatie .....	9
<b>4. Februari 2021: de uitgangspunten</b> .....	<b>10</b>
4.1 Nut en noodzaak .....	10
4.2 Doel .....	10
4.3 Kaders .....	10
4.4 Terugblik en evaluatie .....	11
<b>5. Mei 2021: de brief aan de burgemeesters</b> .....	<b>13</b>
5.1 Uitnodiging .....	13
5.2 Aanmeldingen .....	13
5.3 Terugblik en evaluatie .....	13
<b>6. Juni 2021: het draaiboek</b> .....	<b>17</b>
6.1 Richtsnoeren voor gemeente, politie en OM .....	17
6.2 Updates per mail .....	17
6.3 Digitale meeting .....	17
6.4 Terugblik en evaluatie .....	17
<b>7. Juli 2021: het campagnemateriaal</b> .....	<b>20</b>
7.1 Motieven voor wapenbezit .....	20
7.2 Campagnestrategie .....	20
7.3 Campagneontwikkeling .....	21
7.4 Focusgroepen .....	22
7.5 Lokaal campagnemateriaal .....	23
7.5 Toolkit lokale campagne .....	24
7.6 Terugblik en evaluatie .....	24
<b>8. Augustus 2021: de juridische voorbereiding</b> .....	<b>29</b>
8.2 Brief aan het College van procureurs-generaal .....	29
8.3 Terugblik en evaluatie .....	30
<b>9. Augustus 2021: de logistieke voorbereiding</b> .....	<b>32</b>
9.1 Inleverlocaties .....	32
9.2 Digitale landkaart .....	32

9.3 Inlevertonnen.....	33
9.4 Drukopdrachten .....	33
9.5 Terugblik en evaluatie .....	34
<b>10. September 2021: de start van de campagne .....</b>	<b>37</b>
10.1 Landelijke campagne.....	37
10.2 Terugblik en evaluatie .....	37
<b>11. Oktober 2021: de inleverweek.....</b>	<b>42</b>
11.1 Instructie politie.....	42
11.2 Startschot van de inleverweek .....	43
11.3 Werkbezoek bewustwordingscampagne .....	44
11.4 Resultaten inleverweek .....	44
11.5 Terugblik en evaluatie .....	45
<b>12. November 2021: de afronding .....</b>	<b>49</b>
12.1 Lopende zaken .....	49
12.2 Terugblik en evaluatie .....	49

## 1. Inleiding

### *Landelijke inleveractie wapens 2021*

Van 11 tot en met 17 oktober 2021 is een landelijke inleveractie van wapens georganiseerd, waaraan 218 gemeenten deelgenomen hebben. De inleveractie werd begeleid door de campagne 'Drop je knife en doe wat met je life', die vier weken eerder - op 13 september 2021 - van start ging. Een landelijke inleveractie is in Nederland betrekkelijk zeldzaam. De laatste succesvolle initiatieven dateren uit 1999 en 2000. Tijdens de actie in 1999 werden onder de noemer 'Heb 't lef, wapens weg' 13.826 wapens ingeleverd. Weliswaar was deze inleveractie gericht op slag-, stoot- en steekwapens, maar toch werden ook zo'n 2.000 vuurwapens ingeleverd. In 2000 volgde een inleveractie van vuurwapens onder het motto 'Vuurwapens, doe ze weg of ze doen je wat'. Deze was gekoppeld aan een verhoging van de strafmaxima bij overtreding van de wapenwet en de verruiming van de bevoegdheden van de politie bij het controleren en fouilleren in veiligheidsrisicogebieden. Ondanks de aanvankelijke scepsis binnen en buiten de politie was ook deze actie een groot succes met 2.124 ingeleverde scherp-schietende en 1.446 andere verboden vuurwapens, 119.555 stuks munitie en 73 explosieven in 12 dagen tijd.<sup>1</sup>



*Inleveractie 1999*

### *Evaluatie*

De organisatie en uitvoering van de campagne en inleveractie 2021 zijn in dit eindverslag beschreven. Daarmee blijft de kennis behouden voor het geval opnieuw een dergelijk initiatief aan de orde is. Gekozen is voor een thematisch verslag van de werkzaamheden langs chronologische lijnen. Tevens is het eindverslag aangegrepen voor een evaluatie van de werkzaamheden. Deze is in de periode november 2021 tot en met januari 2022 uitgevoerd. De evaluatie omvat deels eigen waarnemingen van de landelijke organisatie. Daarnaast is het verloop besproken in de werkgroep Communicatie en Inleveractie. Ook is teruggekeken met de communicatieadviseurs van de politie en hebben de bij de organisatie betrokken politie-experts een terugblik op schrift gesteld. Ten slotte zijn via een enquête onder de contactpersonen van de politie, het OM en 218 deelnemende gemeenten vragen gesteld over de planning, de (juridische) voorbereiding, het campagnemateriaal, de logistieke organisatie, de lokale uitvoering en wensen voor de toekomst. De resultaten zijn in dit eindverslag geïncorporeerd.

*Tabel 1. Ontvangen vragenlijsten evaluatie landelijke inleveractie wapens 2021*

	gemeenten	politie	OM
eenheid Amsterdam	2	-	-
eenheid Den Haag	5	1	-
eenheid Limburg	9	4	-
eenheid Midden-Nederland	1	5	1
eenheid Noord-Holland	7	6	1
eenheid Noord-Nederland	11	11	1
eenheid Oost-Brabant	3	1	-
eenheid Oost-Nederland	5	4	-
eenheid Rotterdam	10	4	1
eenheid Zeeland & W-Brabant	4	4	-
<b>totaal</b>	<b>57</b>	<b>40</b>	<b>4</b>

De enquête is door 57 contactpersonen bij de gemeenten ingevuld (waarvan 4 namens in totaal 13 gemeenten, hetgeen het aantal op 66 brengt), 40 bij de politie en 4 bij het OM. Met de respons van de gemeenten is zicht verkregen op 30% van de lokale deelnemers. Bij de politie is de vragenlijst deels op gemeentenniveau, deels op basisteam-niveau en deels op eenheidsniveau ingeleverd en is daardoor niet te herleiden naar de procentuele respons van de deelnemers. Bij het OM waren zeven parketten bij de actie betrokken vanwege de (al dan niet gedeeltelijke) lokale focus op het ook inleveren van vuurwapens, zodat de respons voor het OM op 57% ligt.

<sup>1</sup> KLPD. *Samenvatting evaluatie inleveractie vuurwapens 2000*.

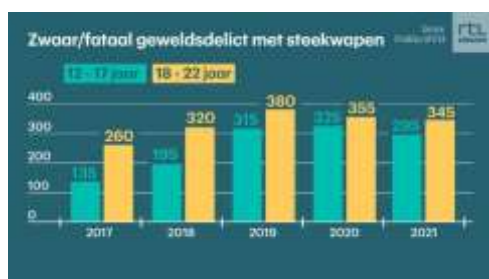
## 2. November 2020: de aanleiding

### 2.1 Actieplan Wapens en Jongeren

#### *Wapengebruik en wapenbezit*

Sinds eind 2019 zijn bij herhaling dringende zorgen geuit over het wapengebruik onder jongeren. In 2019 zijn 315 jongeren van 12 tot 18 jaar en 380 jongvolwassenen van 18 tot 23 jaar betrokken bij een steekincident. Twee jaar later is dit aantal licht gedaald, maar nog steeds is sprake van een zorgwekkend verschijnsel.<sup>2</sup> De omvang van het wapenbezit onder jongeren zal een veelvoud zijn van het aantal gevallen van wapengebruik. Het aantal jongeren dat een wapen draagt, is onbekend. Indicatief is de Veiligheidsmonitor Voortgezet (Speciaal) Onderwijs, waarin 25% van de leidinggevenden in 2018 wapenincidenten meldde (2016: 33%). Van de leerlingen in het VSO gaf 1% aan een wapen mee naar school te nemen en 9% zei dat buiten school te doen.<sup>3</sup> Daarnaast is de afgelopen jaren een aanzienlijk en toenemend aantal messen onder de jeugd in beslag genomen.<sup>4</sup>

Tabel 2. Wapengebruik en inbeslagname van wapens bij jongeren



	MINDELJANIGE STEEKVERDACHTEN	IN BESLAG GENOMEN MESSEN
2017	135	485
2018	195	740
2019	315	1375
2020	325	1554
2021	156 (3/m juni)	

Bron: RTL en NOS

#### *Gezamenlijke aanpak*

In 2020 wordt gepleit voor een nieuw elan in de aanpak. In antwoord daarop is het actieplan Wapens en Jongeren opgesteld, dat op 11 november 2020 aan de Tweede Kamer wordt aangeboden.<sup>5</sup> Het actieplan is een gezamenlijk initiatief van diverse landelijke organisaties en vijftien gemeenten waar de wapenproblematiek onder jongeren urgent is.<sup>6</sup> Inmiddels hebben zich negentien gemeenten bij het actieplan aangesloten.

#### *Maatregelen*

Het actieplan omvat zestien maatregelen, die deels landelijk en deels lokaal in de deelnemende gemeenten uitgevoerd worden en zich richten op de preventieve, proactieve en repressieve aanpak van wapens bij jongeren. De *preventieve* maatregelen hebben vooral betrekking op bewustwording en ontmoediging van wapenbezit. De *proactieve* maatregelen concentreren zich op risicojongeren en omvatten onder meer het zicht krijgen op de jongeren, het verminderen van de verkrijgbaarheid van wapens en het afnemen van het wapenbezit. Onder de *repressieve* acties vallen het optreden bij strafbare feiten en het versterken van het wettelijk instrumentarium.

#### *Doelgroep en doel*

Het actieplan Wapens en Jongeren heeft uiteraard tot doel om het wapenbezit en wapengebruik, in het bijzonder van steekwapens, onder jongeren te verminderen. Primair gaat het bij jongeren om de groep tot en met 17 jaar. Dit laat onverlet dat bij een deel van de acties ook jongvolwassenen in de leeftijdsgroep 18 tot en met 22 jaar meegenomen kunnen worden.

<sup>2</sup> [Messengeweld onder jongeren licht gedaald, maar aantal incidenten blijft 'zorgwekkend' | RTL Nieuws](#)

<sup>3</sup> Sociale veiligheid in en rond scholen, 2018.

<sup>4</sup> [Messengeweld onder jongeren blijft zorgelijk, landelijke inleveractie begint | NOS](#)

<sup>5</sup> Kamerstukken II, 2020-2021, 28 684, nr. 637.

<sup>6</sup> De gemeenten Almere, Amsterdam, Barendrecht, Beverwijk, Breda, Den Haag, Eindhoven, Gorinchem, Nissewaard, Ridderkerk, Rotterdam, Smallingerland, Utrecht, Zaanstad en Zoetermeer, de ministeries van JenV, OCW en VWS, politie, OM, VNG, CCV, Halt, Raad voor de Kinderbescherming, William Schrikker Stichting Jeugdreclassering en Jeugdbescherming.

## Actieplan Wapens en Jongeren - kwantitatieve en kwalitatieve doelen

De **kwantitatieve doelen** van het Actieplan Wapens en Jongeren zijn:

- het verminderen van wapenincidenten door jongeren met 25% per betrokken gemeente
- de inname van een per betrokken gemeente vastgesteld aantal wapens bij jongeren

De **kwalitatieve doelen** van het Actieplan Wapens en Jongeren zijn:

### *preventief*

- het vergroten van de bewustwording over de risico's van wapens in de betrokken gemeenten
- het voorkomen van (herhaald) slachtofferschap van wapen gerelateerd geweld

### *proactief*

- het verminderen van de beschikbaarheid en aanwezigheid van wapens voor jongeren
- het verbeteren van de informatiepositie van lokale partijen over (risico)jongeren met wapens
- het versterken van de contacten tussen lokale partijen met het oog op steekincidenten

### *repressief*

- het versterken van het wettelijk instrumentarium

Voor het verminderen van *wapengebruik* is als kwantitatief meetbaar doel geformuleerd: de reductie van het aantal wapenincidenten waarbij jongeren betrokken zijn, met 25% per betrokken gemeente in de periode 1 januari 2021 tot 1 januari 2023. Het tweede doel, het verminderen van het *wapenbezit*, kan mede bijdragen aan de ambitie om het wapengebruik terug te dringen, maar het is lastiger hiervoor een kwantitatieve doelstelling te formuleren. Er is immers geen nulmeting naar het wapenbezit uitgevoerd, waardoor precieze cijfers ontbreken over het aantal jongeren dat een wapen draagt. Wel kan een afgeleid doel geformuleerd worden door lokaal te bepalen hoeveel wapens men aan het einde van de looptijd van het actieplan bij jongeren ingenomen wil hebben. Behalve als kwantitatief doel, is dit in kwalitatieve termen geformuleerd als het verminderen van de beschikbaarheid en aanwezigheid van wapens bij jongeren. Er zijn verschillende mogelijkheden om het wapenbezit af te romen, bijvoorbeeld via preventief fouilleren, wapencontroles op scholen en in de horeca, toevallige bijvangst bij aanhoudingen en doorzoekingen of via inleveracties. In welke mate hiermee het wapenbezit procentueel wordt teruggedrongen onder de jeugd blijft ongewis.

## 2.2 Inleveractie van wapens (actie 7)

Tot de proactieve maatregelen in het actieplan Wapens en Jongeren behoort het organiseren van een inleveractie, zoals geformuleerd in actie 7 van het actieplan. Een dergelijke actie draagt, als gezegd, bij aan het oogmerk om wapenbezit onder jongeren af te romen. In de begeleidende brief aan de Tweede Kamer is aangekondigd dat deze inleveractie in 2021 zal plaatsvinden.<sup>7</sup>

### Actieplan Wapens en Jongeren - actie 7

**landelijk en lokaal \***

#### *Actie 7: Wapen inleveracties*

- De betrokken gemeenten en politie organiseren met instemming van de Officier van Justitie (lokale/regionale) inleveracties voor wapens en munitie, vergezeld van communicatie over de risico's van wapenbezit.
- Het ministerie van JenV coördineert in samenwerking met politie en OM een gezamenlijke inleveractie in de betrokken gemeenten.

#### *Losstaande inleveracties*

Deels gaat het bij actie 7 om losstaande inleveracties, die naar eigen smaak lokaal of regionaal georganiseerd worden. Zo vindt van 2 tot en met 6 november 2020 in Amsterdam en omstreken de inleveractie 'Amsterdam ontwapent' plaats, die 336 (vuur)wapens oplevert.<sup>8</sup> De eenheid Den Haag

<sup>7</sup> Kamerstukken II, 2020-2021, 28 684, nr. 637, pagina 2.

<sup>8</sup> [Meer dan 330 wapens ingeleverd bij inleveractie | politie.nl](#)

volgt met een eigen actie '#DropIt' in de periode van 17 tot en met 22 mei 2021, waarbij 669 (vuur)wapens ingeleverd zijn.<sup>9</sup> Deze lokale initiatieven vallen buiten het bestek van dit eindverslag.



Resultaat van de lokale inleveracties in Amsterdam (links) en Den Haag

### Gezamenlijke inleveractie

Ten tweede voorziet actie 7 in een gezamenlijk te organiseren inleveractie voor de gemeenten die deelnemen aan het actieplan Wapens en Jongeren. Het actieplan Wapens en Jongeren biedt bij de uitvoering van de lokale maatregelen de mogelijkheid tot maatwerk. In de ene gemeente is de wapenproblematiek onder jongeren groter dan in de andere gemeente. Bovendien verschillen de gemeenten in de mate waarin ze al maatregelen geïmplementeerd hebben, bijvoorbeeld omdat ze in een eerder stadium al een eigen aanpak tegen wapens geformuleerd hebben. Voor hen vormt het actieplan een aanvulling op het eigen beleid. Ten slotte kunnen lokale omstandigheden gemeenten ertoe nopen af te zien van bepaalde acties, bijvoorbeeld omdat deze politiek niet haalbaar blijken. Het actieplan biedt op lokaal niveau daarom de mogelijkheid van eenheid in verscheidenheid. Daar waar wel alle betrokken gemeenten een actie uitvoeren, is dit met een asterisk aangegeven en deze is ook van toepassing op de gezamenlijke inleveractie.

## 2.3 Bewustwording en ontmoediging via campagnes (actie 1)

Onlosmakelijk verbonden met de organisatie van een inleveractie is het voeren van campagne om jongeren bewust te maken van de risico's en nadelige gevolgen van wapenbezit. Onder sommige groepen lijkt wapenbezit 'normaal' te worden gevonden. Bovendien treden ouders en andere direct betrokkenen in de sociale omgeving van de jongere niet altijd op tegen wapenbezit. Een campagne in combinatie met een inleveractie biedt handelingsperspectief, zoals dat in communicatietermen heet, om zich na de fase van bewustwording daadwerkelijk van het wapen te ontdoen.

### Actieplan Wapens en Jongeren - actie 1

**lokaal**

#### Actie 1: Bewustwording en ontmoediging via campagnes

- De betrokken gemeenten ontwikkelen lokale bewustwordings- en/of ontmoedigingscampagnes tegen wapenbezit.
- Het ministerie van JenV stelt op aanvraag budget beschikbaar om de lokale campagnes in een aantal gemeenten te ondersteunen.
- Het ministerie van JenV stelt op verzoek communicatiedeskundigheid en -ervaring beschikbaar om de ontwikkeling van campagnes te ondersteunen.

In het actieplan Wapens en Jongeren is onder actie 1 aandacht besteed aan het ontwikkelen en uitvoeren van campagnes. Aanvankelijk is het oogmerk de campagnes lokaal te ontwikkelen, zodat ze goed aansluiten bij de leefwereld en het taalgebruik van jongeren in de betreffende gemeente, met aandacht voor de do's en don'ts in de communicatieboodschap. De rol van het ministerie van Justitie en Veiligheid zou dan beperkt blijven tot het beschikbaar stellen van budget en desgewenst van communicatiedeskundigheid en -ervaring bij de ontwikkeling van de lokale campagnes.

<sup>9</sup> [Wapeninleveractie #DropIt levert 669 wapens op - District8.net](#)

## 2.4 Terugblik en evaluatie

Van het oorspronkelijke oogmerk om campagnes lokaal te ontwikkelen, afgestemd op de *couleur locale*, en een gezamenlijke inleveractie uitsluitend te organiseren voor de bij het actieplan betrokken gemeenten is gaandeweg afgeweken door voor deze beide acties een landelijke focus te kiezen. Daardoor kwam meer tijdsdruk te liggen op de landelijke organisatie, zoals uit dit eindverslag zal blijken. De landelijke focus gecombineerd met de toezegging aan de Tweede Kamer om de inleveractie in 2021 te organiseren vergden veel inzet in de uitwerking en uitvoering, niet alleen landelijk, maar ook lokaal en dan met name bij de gemeenten, die dit toch slagvaardig en bekwaam wisten op te pakken.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Zie ook hoofdstuk 5.



## 3. Januari 2021: de landelijke organisatie

### 3.1 Werkgroepen actieplan Wapens en Jongeren

Na het verzenden van het actieplan aan de Tweede Kamer op 11 november 2020 komen de deelnemende organisaties op 1 december van dat jaar bijeen om de uitvoering te bespreken. Een groot deel van de 16 maatregelen uit het actieplan zijn geclusterd verdeeld over vier werkgroepen. Werkgroep 1 draagt zorg voor betere (lokale) monitoring van de wapenproblematiek onder jongeren. Werkgroep 2 combineert preventieve en proactieve acties via de ontwikkeling van communicatie en de organisatie van een gezamenlijke inleveractie. In werkgroep 3 vindt de uitwerking plaats van het proactief zicht krijgen op risicojongeren en het versterken van het lokale professionele netwerk rond deze jongeren. Werkgroep 4 ten slotte richt zich op de ontwikkeling van een escalatieladder en het wegnemen van juridische knelpunten bij het repressief optreden. Tijdens het overleg van de plenaire groep wordt afgesproken dat een ieder uiterlijk 15 december doorgeeft bij welke (sub)werkgroep men bij voorkeur wil aansluiten.

#### Actieplan Wapens en Jongeren - indeling werkgroepen

1. De subgroep Registratie richt zich op het opleveren van cijfers over wapenbezit en -incidenten onder jongeren en zal een voorstel formuleren voor het monitoren van de resultaten die op basis van de cijfermatige gegevens geboekt zijn.
2. De subgroep Gezamenlijke Acties werkt centraal de maatregelen uit die de betrokken gemeenten in gezamenlijkheid willen uitvoeren en waarbij een gecoördineerde voorbereiding gewenst is.
3. De subgroep Strategie stelt de handvatten op voor de in actie 9 en 10 genoemde maatregelen voor het verkrijgen van meer zicht op problematische jongeren, ook online, en het versterken van de lokale contacten.
4. De subgroep Ingrijpen en Wettelijk instrumentarium zorgt voor het opstellen van een escalatieladder inclusief nazorg en pedagogische interventies, inventariseert knelpunten van het wettelijke instrumentarium in de praktijk en doet voorstellen voor het uniformeren van de toepassing en eventuele aanpassing van dit instrumentarium, zoals ook geformuleerd in actie 13.

### 3.2 Werkgroep Communicatie en Inleveractie

#### Deelnemers

In januari 2021 is de samenstelling van werkgroep 2, die aanvankelijk Gezamenlijke Acties heet, vrijwel rond. Voor deelname aan deze werkgroep hebben zich vertegenwoordigers gemeld van:

- de gemeente, afdeling OOV (Beverwijk, Gorinchem, Groningen, Rotterdam en Utrecht)
- de gemeente, afdeling Communicatie (Nissewaard)
- het ministerie van Justitie en Veiligheid, afdeling Communicatie en afdeling HIC
- de politie, landelijke coördinator HIC, projectleider deelportefeuille illegale vuurwapens en operationeel expert
- het Openbaar Ministerie, afdeling Beleid (agenda-lid)

#### Overleg

Ter voorbereiding op de activiteiten van de werkgroep overleggen het ministerie, de politie en het OM in januari 2021 over de contouren van de aanpak. Het eerste overleg van de werkgroep is op 8 februari 2021, die zich bij deze gelegenheid herdoopt tot werkgroep Communicatie en Inleveractie. De werkgroep is in 2021 zes maal bijeen geweest. De algemene coördinatie van de werkzaamheden van de werkgroep berust bij één beleidsmedewerker van de afdeling HIC van het ministerie van JenV.

#### Taken van de werkgroep

De taken die de werkgroep voor zich ziet, zijn drieledig:

- De ontwikkeling van communicatie rond bewustwording en ontmoediging van wapenbezit
- De organisatie van een gezamenlijke inleveractie van (steek)wapens bij jongeren
- De uitvoering van communicatie rond het actieplan Wapens en Jongeren in den brede

De eerste twee taken vormen de nadere vertaling van respectievelijk actie 1 en actie 7 uit het actieplan Wapens en Jongeren. In aanvulling hierop heeft de werkgroep als doel geformuleerd om ook de communicatie rond de oplevering van producten en resultaten van de overige werkgroepen op zich te nemen. Die laatstgenoemde taak valt buiten het bestek van dit eindverslag.

#### *Planning werkzaamheden*

Op hoofdlijnen is de planning van de werkzaamheden van de werkgroep als volgt:

• november 2020 - februari 2021	samenstellen werkgroep, bepalen contouren opdracht
• maart 2021 - april 2021	opstellen werkplan en projectplannen
• april 2021 - september 2021	ontwikkelen en inzet communicatiemateriaal inleveractie
• april 2021 - september 2021	voorbereiden landelijke inleveractie
• oktober 2021	uitvoeren landelijke inleveractie
• doorlopend tot november 2022	ontsluiten communicatie bewustwording en ontmoediging
• doorlopend tot november 2022	communicatie producten en resultaten overige werkgroepen
• november 2022	afronding borging van de communicatie uitingen

#### *Werkplan en projectplannen*

De werkgroep heeft een werkplan opgesteld, alsmede een projectplan Communicatie Wapens en Jeugd 2021-2022 en een projectplan Inleveractie Wapens 2021. In het werkplan zijn de inhoudelijke werkzaamheden van de werkgroep afgebakend door het formuleren van het doel, de reikwijdte, de producten en de beoogde resultaten. Daarnaast zijn de organisatorische aspecten uitgewerkt over de samenstelling, frequentie van overleg, looptijd, planning en het budget. Als bijlagen zijn de beide projectplannen opgenomen. In het projectplan Communicatie zijn de beleids- en communicatiedoelen, kernboodschap, doelgroep, communicatiekanalen en communicatiemiddelen, de planning en het budget uitgewerkt. Ten slotte is in het projectplan Inleveractie het kader afgebakend, waarmee de landelijke focus, de doelgroep, het type in te leveren wapens en de inleverperiode vastgesteld zijn. Daarnaast zijn in dit projectplan de juridische en organisatorische activiteiten benoemd om te komen tot een inleveractie, de risico's en beheersmaatregelen, de planning en het budget. Het concept werkplan en de beide projectplannen zijn in maart besproken in de werkgroep en in april afgerond.

#### *Resultaten*

Bij afronding van de werkzaamheden van de werkgroep zijn de volgende resultaten beoogd:

- Er is communicatiemateriaal verzameld, waar nodig ontwikkeld en landelijk ontsloten voor de lokale bewustwording en ontmoediging van wapenbezit onder jongeren.
- Er is gedurende één week een landelijke inleveractie uitgevoerd, vergezeld van communicatie voorafgaand, tijdens en na deze actie.
- De producten en resultaten van de overige werkgroepen zijn landelijke gecommuniceerd en ontsloten voor lokaal gebruik.

### 3.3 Terugblik en evaluatie

De werkgroep Communicatie en Inleveractie heeft in 2021 naar volle tevredenheid gefunctioneerd. Ze bestaat uit betrokken deelnemers, die zowel lokale kennis (gemeenten) als landelijke expertise (politie en OM) inbrengen. De besluiten zijn slagvaardig, de feedback is constructief. De beoogde documenten en resultaten zijn conform planning opgeleverd.

Een punt van kritiek komt van de communicatieadviseurs van de politie, die graag een uitnodiging ontvangen hadden om aan te sluiten bij de voorbereidende activiteiten, vooral bij de ontwikkeling van de campagne. Hoewel de ontwikkeling van de landelijke campagne een verantwoordelijkheid is van het ministerie, zou de gemiddelde burger deze toch vooral interpreteren als een actie van de politie. In de werkgroep was echter volstaan met de deelname van een communicatieadviseur van de gemeente en een communicatieadviseur van het ministerie van Justitie en Veiligheid.

Vanwege het vele werk dat de campagne en inleveractie opleverden, was kwetsbaar dat slechts één beleidsmedewerker, vergezeld van één beleidsondersteuner, de centrale regie had. Bij een eventuele herhaling van de inleveractie verdient het aanbeveling een aparte projectorganisatie in te richten.

## 4. Februari 2021: de uitgangspunten

### 4.1 Nut en noodzaak

Wapengebruik veroorzaakt ieder jaar tal van slachtoffers en leidt tot maatschappelijke onrust. Dit is ook aan de orde bij steekincidenten waarbij jongeren betrokken zijn. Een belangrijke factor bij de preventie van wapengebruik is het a priori beschikbaar hebben van een wapen. Naarmate er minder wapens gedragen worden, zullen zich minder incidenten voordoen, omdat het bezit van een wapen in conflicten sneller leidt tot het gebruik van dat wapen. Politie en OM spannen zich in om wapen-gerelateerde incidenten via het strafrecht aan te pakken, maar het is beter deze incidenten te voorkomen via bewustwordingscampagnes over de risico's en gevolgen van wapenbezit en door beschikbare wapens zo veel mogelijk te onttrekken aan het openbare leven. Dit kan bevorderd worden door het organiseren van een inleveractie. Het ministerie van Justitie en Veiligheid, de korpsleiding van de Nationale Politie en het College van procureurs-generaal beschouwen een inleveractie als een geschikt middel om wapenbezit tegen te gaan. In het projectplan Inleveractie Wapens 2021 is het kader voor deze actie nader afgebakend, zoals vastgesteld in het eerste overleg van de werkgroep Communicatie en Inleveractie in februari 2021 en onderstaand beschreven.

### 4.2 Doel

Tijdens de inleveractie 2021 wordt het publiek opgeroepen zijn wapen in te leveren bij de politie. In beginsel wordt daarbij afgezien van strafvervolgning. Het doel is zoveel mogelijk (steek)wapens te laten inleveren door gedurende een vooraf bepaalde periode op georganiseerde wijze hiertoe de gelegenheid te bieden. Het is niet de verwachting dat de harde, criminele kern hieraan gevolg zal geven. Maar voor de overigen geldt dat een inleveractie onderstreept dat wapenbezit niet normaal en niet aanvaardbaar is en stimuleert tot nadenken over het eigen bezit van een wapen. Ook kan het de meldingsbereidheid vergroten. Met ieder ingeleverd wapen wordt de veiligheid op straat weer een stukje verbeterd. Een inleveractie kan meerdere doelen dienen:

- Verhogen van de veiligheid: ieder wapen dat ingeleverd wordt, vormt geen risico meer voor de veiligheid op straat.
- Verhogen veiligheidsgevoel: burgers zien dat de politie zich actief inzet om wapens van de straat te halen en voelen zich daardoor veiliger op straat.
- Vergroten bewustwording: mensen die wapens dragen of overwegen dat te doen, worden aangemoedigd na te denken over de risico's van wapenbezit.
- Bijdragen aan opsporing: in het geval van vuurwapens die ingeleverd worden, kan nader onderzoek eerdere vuurwapenincidenten tot een oplossing brengen en kan ook zicht verkregen worden op illegale wapenhandel.

### 4.3 Kadern

#### *Landelijke focus*

In weerwil van de focus van het actieplan Wapens en Jongeren, waarvan de uitvoering beperkt is tot gemeenten waar de wapenproblematiek onder jongeren het meest urgent is, zal de inleveractie in principe landelijk georganiseerd worden voor alle gemeenten die hierbij willen aansluiten. Dit sluit aan bij het streven van het actieplan Wapens en Jongeren om de ontwikkelde aanpak zoveel mogelijk ook landelijk beschikbaar te stellen, zodat andere gemeenten hiermee hun voordeel kunnen doen, al was het maar om wapenbezit en -gebruik preventief te verhinderen. In het verlengde van dit streven wordt alle gemeenten de gelegenheid geboden zich bij de landelijke inleveractie aan te sluiten.

#### *Doelgroep*

De landelijke inleveractie 2021 richt zich primair op de doelgroep jongeren van 12 tot 25 jaar. Op deze groep zal ook primair de communicatie rond bewustwording, ontmoediging en inleveren van wapens gericht zijn. Dit laat onverlet dat ook oudere personen hun wapen kunnen inleveren.

### *Type wapens*

De inleveractie richt zich primair op het inleveren van steek-, slag- en stootwapens en nepwapens. Het zijn juist deze wapens die populair zijn onder jongeren om mee te nemen, als ze de straat op gaan. In de slipstream kunnen ook vuurwapens, munitie en explosieven ingeleverd worden, maar daarvoor gelden aanvullende, meer intensieve organisatorische maatregelen. In de communicatie zal het inleveren van deze laatstgenoemde wapens niet aangemoedigd worden. Het heeft ook de voorkeur van de werkgroep dat gemeenten binnen één eenheid voor dezelfde focus kiezen.

### *Inleverperiode*

De periode van inleveren vindt gedurende zeven dagen plaats in de Week van de Veiligheid 2021, die georganiseerd wordt van 11 tot en met 17 oktober 2021.

## 4.4 Terugblik en evaluatie

De vooraf gestelde kaders zijn bij de voorbereidende werkzaamheden in acht genomen. Zo is de deelname aan de inleveractie landelijk aangeboden aan alle gemeenten. En in de communicatie is een focus gelegd op de doelgroep jongeren en het inleveren van steekwapens. Dit laat onverlet dat in de praktijk veel deelnemers ervoor kozen ook de mogelijkheid te bieden vuurwapens, munitie en explosieven in te leveren. Van de 218 deelnemende gemeenten hadden 115 een focus op zowel het inleveren van steekwapens als vuurwapens. Nadat deze trend zichtbaar werd, is extra geïnvesteerd in de ontwikkeling van aanvullend campagnemateriaal voor het inleveren van vuurwapens.

Blijkbaar waren we vooraf te optimistisch over onze mogelijkheden om te sturen op een uniforme focus, want het streven om per eenheid te kiezen voor hetzij alleen steekwapens, hetzij steekwapens én vuurwapens inleveren kwam in de praktijk niet van de grond. Het agenderen van een gezamenlijke focus in de veiligheidsregio's had hierin mogelijk kunnen voorzien. In de praktijk zijn er echter voor zover bekend geen grote problemen gerezen met de regionale variëteit aan focus in het type wapens dat ingeleverd kon worden en had deze voorkeur niet geformuleerd hoeven te worden.

Uit de enquête blijkt dat de keuze voor de Week van de Veiligheid over het algemeen in goede aarde valt. Zowel gemeenten als de politie en het OM onderschrijven in meerderheid de planning van de actie in deze week. Veel respondenten geven aan dat beide activiteiten elkaar versterken. Anderzijds bestaat het risico dat een deel van de thema's ondersneeuwt in de veelheid aan onderwerpen. Ook kan deze planning te veel vergen van de beschikbare capaciteit bij (kleinere) gemeenten en de politie. De gekozen periode zit relatief dicht op de zomervakantie, waardoor de voorbereidingstijd beperkt is. Dit wrekt zich met name wanneer in de voorbereiding de samenwerking gezocht is met scholen: "Voor nu was dit prima. Wij hadden geen andere activiteiten in het kader van de Week van de Veiligheid gepland. Ik kan me echter voorstellen dat bij een veelvoud aan acties en activiteiten de inleveractie ondergesneeuwd kan raken. Dat zou zonde zijn. Verder kan ik me voorstellen dat bij het bepalen van de actieweek ook goed gekeken wordt naar wat voor andere partners handig is. Als je scholen wilt motiveren om ook een bijdrage te doen, dan moet je niet in vakantieweken of net daarna gaan zitten." Een enkeling merkt op dat de wapenproblematiek eigenlijk het hele jaar door aandacht behoeft, zoals een respondent van de politie: "In feite vraagt de problematiek van gewapende jeugd om een langdurige en intensieve aanpak, anders dan één actieweek per jaar waar specifiek aandacht wordt gevraagd hiervoor. Maar dat is *wishful thinking*, zeker gezien de veelheid aan problemen waar onze ketenpartners en wij mee kampen."

### **Enquête gemeente (vraag 4), politie (vraag 3) en OM (vraag 2)**

*De inleveractie was gepland in de Week van de Veiligheid, tijdens welke ook tal van andere activiteiten gepland staan die lokale aandacht vergen. Wat had achteraf uw voorkeur gehad?*

- planning van de inleveractie in de Week van de Veiligheid
- planning op een ander moment dan de Week van de Veiligheid
- weet niet, geen mening

Tabel 3. Voorkeur voor wel of geen planning inleveractie in Week van de Veiligheid (WvdV)

	gemeenten		politie		OM	
bij voorkeur WvdV	33	58%	28	72%	2	50%
bij voorkeur niet WvdV	19	33%	6	15%	1	25%
weet niet, geen mening	5	9%	5	13%	1	25%
totaal	57	100%	39	100%	4	100%

Achteraf kunnen vraagtekens geplaatst worden bij de keuze om gedurende een hele week, van maandag tot en met zondag, de gelegenheid te geven om wapens in te leveren. Veel inleverlocaties waren in het weekend gesloten. Geregeld is er lokaal voor gekozen de inlevermomenten te beperken tot de werkdagen of zelf tot één of enkele specifieke dagen. Vanwege het maatwerk op lokaal niveau, die ook tot uiting kwam in de communicatie-uitingen, heeft dit voor zover bekend evenwel geen negatieve invloed gehad op het verloop van de inleveractie.

## 5. Mei 2021: de brief aan de burgemeesters

### 5.1 Uitnodiging

De eerste activiteit waarin het projectplan Inleveractie Wapens 2021 voorziet, is het aanschrijven van alle burgemeesters met de uitnodiging deel te nemen aan de inleveractie en dit voorstel te agenderen in de lokale driehoek. De brief schetst de achtergrond en het kader, zoals de primaire focus op steekwapens, maar laat ook lokale ruimte om de focus uit te breiden naar vuurwapens. Voorts bevat de brief de belofte dat de deelname landelijk ondersteund wordt via het beschikbaar stellen van campagnemateriaal in een lokale toolbox, het regelen van de logistieke zaken zoals de inlevertonnen en het opstellen van een draaiboek. Na een positief besluit in de lokale driehoek kunnen gemeenten zich tot 1 juli 2021 aanmelden via het centrale mailadres van de afdeling HIC.

#### Acties Inleveractie Wapens 2021 - 1

- er wordt een brief verstuurd naar alle gemeenten in Nederland met het verzoek aan te sluiten bij de landelijke inleveractie en dit voorstel te agenderen in de lokale driehoek
- het verzoek om deel te nemen aan de landelijke inleveractie wordt kracht bijgezet door de gemeenten te enthousiasmeren via het regionale veiligheidsoverleg
- voor gemeenten die willen aansluiten bij de inleveractie, wordt een landelijk contactpersoon aangesteld die hen voorziet van de benodigde instructies en als vraagbaak optreedt

De door de ministers Grapperhaus en Dekker ondertekende brief wordt als gescand exemplaar op 14 mei 2021 per mail naar de burgemeesters verstuurd, omdat de pril ontloken corona-crisis een omvangrijke inspanning van de medewerkers in de Postkamer op het ministerie verhindert.

### 5.2 Aanmeldingen

Tot verrassing van de landelijke organisatie stromen de aanmeldingen binnen. De verwachting was dat met het agenderen van dit onderwerp en de besluitvorming in de lokale driehoek minstens enige weken gemoeid zouden zijn. Maar één week na verzending hebben zich al vijftien gemeenten gemeld voor deelname. Vier weken later staat de teller op negenzestig gemeenten en op 2 juli 2021, één dag na de deadline, op 202 gemeenten, waarvan enkele onder voorbehoud van een positief besluit in de driehoek. In de loop van de daarop volgende maanden neemt het aantal deelnemers nog steeds toe, terwijl enkele bij nader inzien afhaken. Uiteindelijk melden zich 218 gemeenten aan, waarvan de laatste twee op 9 september 2021, vier dagen voor de start van de landelijke campagne.

Tabel 4. Aantal deelnemende gemeenten per eenheid

eenheid	aantal gemeenten	aantal deelnemers	percentage
Amsterdam	6	6	100%
Den Haag	27	27	100%
Limburg	31	28	90%
Midden-Nederland	39	9	23%
Noord-Holland	34	31	91%
Noord-Nederland	42	28	67%
Oost-Brabant	37	12	32%
Oost-Nederland	76	15	20%
Rotterdam	26	25	96%
Zeeland & W-Brabant	37	37	100%
Totaal	355	218	61%

### 5.3 Terugblik en evaluatie

De brief van de beide bewindslieden heeft tot een groot aantal deelnemende gemeenten geleid, dat boven alle verwachtingen uitsteeg. Vooraf was ingeschat dat een beperkt aantal gemeenten zich zou

aanmelden, namelijk als bij hen wapenproblematiek aan de orde was, maar in de praktijk grepen de deelnemers het aanbod - terecht - ook aan om te werken aan bewustwording onder de jeugd over de risico's van wapenbezit, ook als er lokaal geen sprake was van (veel) steekincidenten onder jongeren. In het projectplan Inleveractie Wapens 2021 waren drie risico's voorzien, waarvan de eerste betrekking had op een gebrek aan animo onder gemeenten om aan te sluiten. In dat geval zou teruggevallen worden op een beperkte inleveractie voor de deelnemende gemeenten aan het actieplan Wapens en Jongeren, aangevuld met het kleine aantal dat zich wel aangemeld had. In de praktijk deed dat risico zich niet voor. Het voornemen om gemeenten behalve via de brief ook te enthousiasmeren via het regionale veiligheidsoverleg, zoals opgenomen als actie in het projectplan, bleek daardoor niet nodig en heeft in de meeste regio's geen invulling gekregen.

Toch had er in de voorbereiding meer aandacht kunnen zijn voor het 'van bovenaf' enthousiasmeren van de politie en het OM. Er was landelijke commitment van de leiding van deze beide organisaties. Wel had de portefeuillehouder bij de Nationale Politie aangegeven dat deelname uitsluitend een lokale afweging behoorde te zijn, gebaseerd op de omvang van de problematiek en de beschikbare capaciteit en dat was een logisch uitgangspunt. Op lokaal niveau waren vertegenwoordigers van de politie en het OM niet overall even enthousiast. Dit speelde met name in één eenheid, waar de animo van gemeenten om aan te sluiten getemperd werd door een afhoudende reactie vanuit de politie en het OM. In de betreffende eenheid was dit bij de politie mede te wijten aan de berichtgeving over de inleveractie die te laat doordrong in de haarvaten van de organisatie, maar naderhand opgelost werd. Richting OM in deze eenheid zijn via het Parket-Generaal diverse pogingen ondernomen om de officieren van justitie alsnog te porren tot deelname, hoewel het OM hierin natuurlijk altijd vanuit het oogpunt van trias politica een zelfstandig afweging moet kunnen maken. Naderhand riep dit bij de landelijke organisatie de vraag op of het bij het OM algemeen wel bekend was dat een inleveractie georganiseerd zou worden. Volgens de enquête bleek dit wel het geval te zijn. Bij één parket was de betrokken OM-medewerker niet meteen op de hoogte en werd via een collega geïnformeerd.

### Enquête OM (vraag 3)

*De organisatie van de inleveractie is een van de zestien maatregelen uit het actieplan Wapens en Jongeren (2020), dat niet alleen het afnemen van wapenbezit, maar ook meer preventie, bewustwording en een verbeterde repressieve aanpak beoogt. Was u van tevoren voldoende geïnformeerd over dit voornemen?*

- ja, ik was op de hoogte van het voornemen een inleveractie te houden
- nee, mij was het voornemen van een inleveractie onbekend

*Als het voornemen tot de organisatie van een inleveractie niet bekend was, op welke wijze had u hiervan bij voorkeur vooraf geïnformeerd willen worden?*

Tabel 5. Informatievoorziening OM over het voornemen tot een inleveractie

	OM	
ja, op de hoogte	3	75%
nee, niet op de hoogte	1	25%
totaal	4	100%

De wens om zo veel mogelijk aandacht te genereren voor de wapenproblematiek speelde een rol bij het accepteren van aanmeldingen die ver na de deadline van 1 juli binnenkwamen. Voor de landelijke organisatie leverde dat wel knelpunten op in de logistiek en communicatie. Voor het tijdig bestellen van de inlevertonnen was het immers noodzakelijk te weten hoeveel inleverlocaties er zouden zijn. Voor de communicatie was deze informatie benodigd om te bepalen hoeveel drukwerk en gadgets besteld moesten worden, op welke gemeenten de getargete communicatie-uitingen gericht moesten zijn en welke gegevens op de digitale landkaart geplaatst moesten worden. De deadline voor het aanleveren van deze gegevens lag eigenlijk op 1 augustus (aankomen definitieve inleverlocaties) respectievelijk 1 september (bestelling communicatiemateriaal). In de enquête is gevraagd of de uitnodiging om deel te nemen aan de inleveractie tijdig genoeg was om hierover te kunnen besluiten in de lokale driehoek. Een ruime meerderheid van de gemeenten acht de termijn van besluitvorming

voldoende. Een enkele gemeente merkt op dat voorafgaande afstemming tussen politie en OM het proces had kunnen bespoedigen.

### Enquête gemeenten (vraag 1)

Op 14 mei 2021 ontvingen de burgemeesters van alle gemeenten een brief van de ministers Grapperhaus en Dekker met de uitnodiging deel te nemen aan de landelijke inleveractie en deelname te bespreken in de lokale driehoek. De deadline voor aanmelding was 1 juli. Had u daarmee voldoende tijd om in samenspraak met politie en OM tot een besluit te komen?

- ja, de periode om te besluiten tot deelname was voldoende
- ja, maar de periode om te besluiten tot deelname was wel krap
- nee, de periode om te besluiten tot deelname was te kort
- weet niet, geen mening

Tabel 6. Gemeenten over de beschikbare tijd voor besluitvorming in de lokale driehoek

	gemeenten	
ja, voldoende	41	72%
ja, maar wel krap	10	18%
nee, te kort	4	7%
weet niet, geen mening	2	3%
<b>totaal</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Aan de 14 gemeenten die de tijd voor besluitvorming krap of te kort vonden, is aanvullend de vraag gesteld welk tijdsbestek de voorkeur zou hebben om tot een besluit tot deelname te komen. In meerderheid gaat de voorkeur uit naar een periode van drie maanden. Enkel en wijzen erop dat in kleinere gemeenten dergelijke besluiten in de regionale driehoek genomen worden, die vijf keer per jaar bijeenkomt: "De driehoek vond in ons geval niet plaats tussen 14 mei en 1 juli. We hebben deelname dus via mail moeten afstemmen. Geen groot probleem, maar voorkeur om dit wel gewoon in de geplande overleggen te kunnen bespreken."

Als u de periode om te besluiten tot deelname krap of te kort vond, hoeveel tijd had u hiervoor dan bij voorkeur ingepland willen zien?

- 2 maanden
- 3 maanden
- 4 maanden
- langer, namelijk ..... maanden

Tabel 7. Gemeenten over de gewenste tijd voor besluitvorming in de lokale driehoek

	gemeenten	
2 maanden	2	14%
3 maanden	9	64%
4 maanden	1	7%
geen antwoord	2	14%
<b>totaal</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

De politie en het OM is in de enquête gevraagd of ze na een positief besluit in de lokale driehoek voldoende tijd hadden voor de voorbereiding. In ruime meerderheid geven de respondenten van beide organisaties hierop een bevestigend antwoord.

### Enquête politie (vraag 1)

In het voorjaar van 2021 is in de lokale driehoek besloten tot deelname aan de landelijke inleveractie. Had u daarmee voldoende tijd om de inleveractie bij de politie voor te bereiden?



### Enquête OM (vraag 1)

In het voorjaar van 2021 is in de lokale driehoek besloten tot deelname aan de landelijke inleveractie. Had u daarmee voldoende tijd om de juridische randvoorwaarden bij het OM voor te bereiden?

- ja, de periode van voorbereiding was voldoende
- ja, maar de periode van voorbereiding was wel krap
- nee, de periode van voorbereiding was te kort
- weet niet, geen mening

Tabel 8. Politie en OM over de beschikbare voorbereidingstijd

	politie		OM	
ja, voldoende	32	80%	3	75%
ja, maar wel krap	5	12,5%	1	25%
nee, te kort	3	7,5%	-	-
weet niet, geen mening	-	-	-	-
<b>totaal</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Bij de 8 respondenten van de politie die de voorbereidingstijd krap of te kort vonden, schommelt de gewenste periode van voorbereiding tussen de 3 en 10 maanden. Soms liggen hieraan eenvoudige redenen ten grondslag, bijvoorbeeld omdat men als agent recent aan de slag is gegaan in een nieuwe gemeente en nog geen netwerk opgebouwd heeft. Andere respondenten wijzen op het belang van de combinatie met andere acties zoals voorlichting, ook in samenhang met andere maatregelen uit het actieplan Wapens en Jongeren: "Voor de politie is het wel te organiseren in een korte tijd. Maar juist omdat we via de gemeenschappelijke aanpak dingen willen organiseren vanuit het actieplan jeugd en wapens, was deze tijd te kort. Zo wordt het een actie waar iedereen Ja tegen zegt, maar het grotere geheel komt onvoldoende aan bod." Een inleveractie is geen losstaande activiteit, maar vormt veeleer het sluitstuk van een bewustwordingstraject. Om dat traject vorm te geven en voor te bereiden was voor hen meer tijd benodigd.

Als u de periode van voorbereiding krap of te kort vond, hoeveel tijd had u hiervoor dan bij voorkeur ingepland willen zien?

- 4 maanden
- 5 maanden
- 6 maanden
- langer, namelijk ..... maanden

Tabel 9. Politie en OM over de gewenste voorbereidingstijd

	politie		OM	
3 maanden	1	12,5%	-	-
4 maanden	3	37,5%	-	-
5 maanden	-	-	-	-
6 maanden	3	37,5%	-	-
10 maanden	1	12,5%	-	-
<b>totaal</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Bij het OM was de juridische voorbereidingstijd op zich voldoende, mede dankzij de voorbeeldbrief in het draaiboek voor toestemming van het College van procureurs-generaal om ook vuurwapens te mogen inleveren.<sup>11</sup> De krappe voorbereidingstijd heeft voor één respondent van het OM dan ook vooral betrekking op het proces van besluitvorming en uitvoering door de betrokken partners.

<sup>11</sup> Zie hoofdstuk 8.

## 6. Juni 2021: het draaiboek

### 6.1 Richtsnoeren voor gemeente, politie en OM

Hoewel het oogmerk is de gemeenten, politie en het OM zoveel mogelijk via de landelijke organisatie te ontlasten, dient de daadwerkelijke uitvoering uiteraard op lokaal niveau te geschieden. Hiertoe is een draaiboek opgesteld, waarin per onderscheiden fase de activiteiten zijn weergegeven. De fasen behelzen de periode vóór, tijdens en na de inleveractie. Per fase zijn de benodigde activiteiten voor de logistieke organisatie en communicatieve inzet puntsgewijs opgesomd. Met logo's is aangegeven welke organisatie voor welke activiteiten verantwoordelijk is: gemeente, OM, politie of de landelijke organisatie. In het draaiboek is ook een planning opgenomen, waarbij onder verwijzing naar de formulieren in de bijlagen aangegeven is welke gegevens op welke moment bij de landelijke organisatie aangeleverd moeten worden. Het draaiboek is daags na de deadline voor aanmelding, op 2 juli, naar de opgegeven lokale contactpersonen verstuurd.

	Gemeente
	Politie
	Openbaar Ministerie
	Landelijke organisatie

### 6.2 Updates per mail

In aanvulling op het draaiboek zijn regelmatig updates per mail verstuurd naar alle contactpersonen bij de gemeente, politie en het OM. De eerste update dateert van 20 juli 2021. De laatste is op 22 oktober verzonden. In totaal zijn in deze periode zes updates gemaïld door de landelijke organisatie. Separaat hebben de experts van de politie die op landelijk niveau betrokken waren bij de organisatie van de inleveractie, meerdere mails verstuurd om de contactpersonen binnen hun eigen organisatie te informeren over de logistieke aspecten en het beoogde handelingsperspectief.

### 6.3 Digitale meeting

#### Acties Inleveractie Wapens 2021 - 2

- opstellen van een draaiboek voor de landelijke inleveractie
- organisatie van een landelijke digitale meeting om uitleg te geven over de inleverweek

Behalve dat de deelnemers via het draaiboek en per mail geïnformeerd zijn over de *ins and outs* van de uitvoering, is ook een digitale bijeenkomst georganiseerd voor degenen die aanvullende vragen hadden. Deze meeting vond plaats op 30 september en is - exclusief deelnemers van de landelijke organisatie - bezocht door 19 contactpersonen van de gemeente en politie. Vooral praktische details rond de logistiek en campagne zijn toen de revue gepasseerd.

### 6.4 Terugblik en evaluatie

Verondersteld mag worden dat het draaiboek voldoende voorzag in de behoefte aan informatie over de landelijke en lokale organisatie van de inleveractie. Vooral als de gemeente lokaal als coördinator optrad, bleek het draaiboek goed gevolgd te worden. Toch viel gaandeweg op dat er vragen per mail binnenkwamen waarvan het antwoord in het draaiboek opgenomen was. Veelvuldige wisselingen in de contactpersonen, vooral bij de politie, waarbij het draaiboek niet overgedragen werd, zijn hier mogelijk mede debet aan.

Uit de enquête blijkt dat het draaiboek in overgrote meerderheid gebruikt is. De politie zag soms af van gebruik van het draaiboek, omdat ze al eerder een inleveractie georganiseerd had in de eenheid en daarom bij voorkeur de eigen processen en routine volgde.

#### Enquête gemeenten (vraag 8), politie (vraag 6) en OM (vraag 4)

*De contactpersonen hebben een draaiboek ontvangen voor de organisatie van de inleveractie. Heeft u het draaiboek gebruikt tijdens de voorbereiding en uitvoering?*

- ja, we hebben het draaiboek gebruikt bij de voorbereiding en uitvoering
- nee, we hebben het draaiboek niet gebruikt
- weet niet, geen mening

Tabel 10. Gebruik van het draaiboek

	gemeenten		politie		OM	
draaiboek gebruikt	48	86%	34	85%	3	75%
draaiboek niet gebruikt	6	11%	5	12,5%	1	25%
weet niet, geen mening	2	3%	1	2,5%	-	-
<b>totaal</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Een meerderheid van de gebruikers van het draaiboek vindt dat het een compleet overzicht gaf. De te volgen stappen waren duidelijk aangegeven, alsmede de organisaties die per processtap de *lead* hadden: "Complimenten voor het draaiboek. Erg fijn om erbij te hebben en door te kunnen nemen." Een enkele keer zijn verbeterpunten genoemd. Zo had één gemeente in het draaiboek graag meer zicht gekregen op de beschikbare communicatiemiddelen. Een andere gemeente vindt dat er weinig ruimte was voor het voeren van een lokale campagne. Respondenten bij de politie geven als tip mee informatie op te nemen over de landelijke contactpersonen (in aanvulling op het centrale mailadres van de organisatie) en *couleur locale* te schetsen voor de afhandeling van de ingeleverde wapens. Enige kritiek is er op de instructies over het afvoeren van de inlevertonnen, maar die was het gevolg van een wijziging naderhand in het politieproces en zou het draaiboek als zodanig niet aangerekend mogen worden. Sommige respondenten van de politie vinden het draaiboek te lang en te uitgebreid. Eén respondent van het OM geeft aan dat het draaiboek vooral gebruikt is voor het inleveren van steekwapens. In gemeenten waar ook vuurwapens ingeleverd mochten worden, is volgens deze respondent een aanvullend draaiboek van de politie gebruikt.

*Als u het draaiboek gebruikt heeft, gaf dit u voldoende houvast bij de voorbereiding en uitvoering van de inleveractie of ontbrak er informatie?*

- het draaiboek voorzag mij van alle benodigde informatie
- in het draaiboek miste ik enkele zaken, namelijk:  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....
- weet niet, geen mening

Tabel 11. Compleetheid van het draaiboek volgens de gebruikers (OM n=3)

	gemeenten		politie		OM	
draaiboek compleet	38	90%	24	71%	2	66%
draaiboek niet compleet	2	5%	10	29%	1	33%
weet niet, geen mening	2	5%	-	-	-	-
<b>totaal</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

Het draaiboek ging uit van de organisatie van de inleveractie op lokaal niveau. In de praktijk traden er verschillen op in het niveau waarop de politie de actie oppakte. Deels oversteeg deze het niveau van de gemeente, waardoor de inleveractie op het niveau van een basisteam voor meer gemeenten, op districtsniveau of op eenheidsniveau georganiseerd werd. Voor de landelijke organisatie leverde dit nog weleens een zoekplaatje op welke gemeente 'bediend' werd door welk politieniveau. Om dergelijke problemen te voorkomen valt het te overwegen om bij herhaling van een landelijke inleveractie te kiezen voor een organisatie op eenheidsniveau. In de enquête is de politie gevraagd op welk niveau de inleveractie georganiseerd was. Veelal was dat op het niveau van de gemeente of van het basisteam.

### Enquête politie (vraag 5)

*In veel eenheden lag het aanspreekpunt bij de politie primair op lokaal niveau. In de praktijk werd dit nogal eens gemeente-overstijgend opgepakt. Op welk niveau werd de inleveractie bij u voorbereid?*

- op gemeenteniveau (één of meerdere basisteams omvattend)
- op het niveau van het basisteam (meerdere gemeenten omvattend)
- op districtsniveau
- op het niveau van de eenheid

Tabel 12. Politie over het niveau van organisatie van de inleveractie

	politie	
gemeenteniveau	18	38%
niveau basisteam	20	42%
districtsniveau	5	10%
eenheidsniveau	5	10%
totaal	48 <sup>12</sup>	100%

Vervolgens is de politie gevraagd op welk niveau de inleveractie het beste georganiseerd had kunnen worden. Uit de antwoorden komt geen eenduidige beeld naar voren. Vaak stemt de voorkeur overeen met het niveau waarop de inleveractie georganiseerd is. Vier respondenten zien de actie het liefst op gemeentelijk niveau georganiseerd, terwijl dat bij hen op het niveau van het basisteam en/of district geregeld was. Een sterke regierol van de gemeente wordt daarbij op prijs gesteld. Zo ook hebben vier respondenten een voorkeur voor de organisatie op districtsniveau in plaats van op het niveau van het basisteam of de gemeente waar het nu georganiseerd was. Drie respondenten hadden de inleveractie liever op eenheidsniveau georganiseerd zien worden, terwijl dat voor hen nu op het niveau van de gemeente, het basisteam of het district belegd was. De gemeentegrootte is een aspect om rekening mee te houden: "In Amsterdam sluit je anders aan op de gemeente dan in Noord-Holland."

*Op welk niveau dient bij voorkeur het contact en de voorbereiding van de inleveractie te verlopen?*

- op gemeenteniveau (één of meerdere basisteams omvattend)
- op het niveau van het basisteam (meerdere gemeenten omvattend)
- op districtsniveau
- op het niveau van de eenheid
- weet niet, geen mening

Tabel 13. Politie over het gewenste niveau van organisatie van de inleveractie

	politie	
gemeenteniveau	18	38%
niveau basisteam	15	32%
districtsniveau	6	13%
eenheidsniveau	7	15%
weet niet, geen mening	1	2%
totaal	47 <sup>13</sup>	100%

<sup>12</sup> Een deel van de in totaal 40 respondenten bij de politie heeft hier meerdere antwoorden aangekruist.

<sup>13</sup> Idem.

## 7. Juli 2021: het campagnemateriaal

### 7.1 Motieven voor wapenbezit

Er zijn meerdere redenen aan te wijzen waarom jongeren met een wapen op zak lopen. De meeste jongeren dragen een wapen 'voor het geval er iets gebeurt'. Ze zeggen er alleen in uiterste nood mee te willen dreigen, om zich te verdedigen. Sommigen waren eerder slachtoffer van geweld en willen herhaling voorkomen. Hun dieperliggende motief is angst om (opnieuw) slachtoffer te worden van geweld. Ze willen zich minder weerloos voelen. Een tweede, kleinere groep vindt het wel *cool* met een wapen rond te lopen. Ze imponeren hun vrienden en vriendinnen door ermee te showen. Hun dieperliggende motief is vooral stoer doen. Ten derde is er een zeer kleine groep die bewust met een wapen rondloopt om het te gebruiken 'als dat zo uitkomt'. Deze jongeren zien een wapen als extra garantie om in een gevecht de andere partij ontzag in te boezemen. Ze imponeren door ermee te dreigen. Dat dreigen met wapengeweld kan ook aangewend worden om een beroving of overval te plegen. Het dieperliggende motief is dat een wapen vooral functioneel handig is voor de jongeren die bij voorbaat de intentie hebben tot daadwerkelijk gebruik van het wapen.

Populair onder jongeren is het argument dat het normaal is een wapen te dragen: iedereen doet het. Behalve groepsdruk die gevoeld wordt in een vriendenkring die het dragen van een wapen normaal vindt, wordt er ook een negatieve invloed toegeschreven aan de verheerlijking van wapens en geweld in drillrap. Veel jongeren denken dat de gevolgen van wapenbezit en -gebruik meevallen. Maar in de praktijk blijkt dat wapens een schijnveiligheid creëren. Wapenbezit leidt, vooral in panieksituaties, eerder tot gebruik van dat wapen, met alle gevolgen van dien. De drager acht zich zelfverzekerder en is met een wapen op zak minder snel geneigd conflicten te sussen of uit de weg te gaan.<sup>14</sup>

### 7.2 Campagnestrategie

Kennis van de motieven van jongeren om een wapen te dragen is van belang voor de uitwerking van de communicatiestrategie. In het projectplan Communicatie Wapens en Jeugd 2021-2022 zijn onder meer de beginselen van de campagne rond de landelijke inleveractie uitgewerkt.

#### *Beleidsdoel en communicatiedoel*

In de Week van de Veiligheid van 2021 wordt een landelijke inleveractie georganiseerd, die één week in beslag zal nemen. Het beleidsmatige doel van deze inleveractie is het wapenbezit onder met name jongeren en jongvolwassenen af te romen. Daarmee neemt de kans op wapengebruik ook af. Communicatie ondersteunt dit beleidsdoel door in de aanloop naar de inleverweek in de gemeenten die meedoen aan de inleveractie, in te zetten op bewustwording rond de risico's van wapenbezit, aan te sporen tot het inleveren van wapens en informatie te verstrekken over de wijze van inleveren. Tijdens de inleverweek wordt deze boodschap nog eens extra kracht bijgezet. Na ommekomst van de inleverweek worden de resultaten bekend gemaakt.

#### *Doelgroep*

De doelgroep voor de communicatie rond de inleveractie bestaat ten eerste uit jongeren van 12 tot 25 jaar. Deze is iets ruimer geformuleerd dan de doelgroep die in het actieplan Wapens en Jongeren is aangewezen, waar de primaire focus ligt op jongeren onder de 18 jaar en in de slipstream ook jongvolwassenen tot 23 jaar meegenomen kunnen worden. De doelgroep wordt tijdens de landelijke actie via een lokale en landelijke communicatiecampagne niet alleen aangezet tot bewustwording over de risico's van wapenbezit, maar daarnaast ook aangemoedigd wapens in te leveren.

Ten tweede richt de communicatie zich op de sociale omgeving van jongeren en jongvolwassenen. Ook zij kunnen bijdragen aan het uitdragen van de norm dat het dragen van wapens niet normaal gevonden mag worden. Het gaat dan niet alleen om vrienden van de jongere, maar ook om ouders en professionals zoals docenten en jeugd- en jongerenwerk, die de norm kunnen uitdragen en vermoedens van wapenbezit (anoniem) kunnen melden.

---

<sup>14</sup> Landelijk Platform tegen Geweld op Straat. *Wapens zijn geen speeltjes*. 2002.

Ten derde is (interne) communicatie gericht op de professionals die betrokken zijn bij de organisatie van de inleveractie op lokaal niveau. Het gaat hierbij om de politie, de gemeente en het OM. Ten slotte richt de communicatie zich op de media en de politiek, die geïnformeerd worden over de start van de campagne en inleverweek en na ommekomst van de inleverweek over de opbrengst van de inleveractie.

### Kernboodschap

Vertaling van het communicatiedoel en de doelgroep leidt tot de volgende kernboodschap:

- *Kijk*, je denkt dat je je misschien veiliger of zelfverzekerder voelt als je op straat met een steekwapen loopt. Je vindt misschien dat het de enige uitweg is, als je een ruzie hebt of in een conflict zit, want je ziet dat andere leeftijdsgenoten ook een steekwapen hebben. Maar je weet ook dat steekwapens gevaarlijk, verboden en soms dodelijk zijn.
- *Want*, met een steekwapen op zak kom je veel eerder in de verleiding om hem te gebruiken. Je bent minder geneigd om ruzies en conflicten op te lossen door met elkaar te praten of door ze uit de weg te gaan. De kans dat je zelf (ernstig) gewond raakt of dat je iemand anders (ernstig) verwondt is groter als je een steekwapen bij je draagt.
- *Dus*, is het juist stoerder als je wegloopt van een ruzie of conflict. Of dat je probeert het met elkaar uit te praten zonder dat er geweld aan te pas komt. Dan laat je pas echt zien dat je sterk bent en niet bang bent om het juiste te doen. Door het steekwapen thuis te laten, kun je anderen niet verwonden en kom je niet in aanraking met politie en justitie. Je kiest voor jouw eigen toekomst. Lever je wapen in bij de politie. Samen maken we de samenleving veiliger.

Voor de sociale omgeving van de wapendragers luidt de kernboodschap:

- *Kijk*, jongeren denken dat ze zich veiliger of zelfverzekerder voelen als ze op straat met een steekwapen lopen. Ze vinden misschien dat het de enige uitweg is, als ze een ruzie hebben of in een conflict zitten, want ze zien dat andere leeftijdsgenoten ook een steekwapen hebben. Maar steekwapens zijn gevaarlijk, verboden en soms dodelijk.
- *Want*, met een steekwapen op zak komen jongeren veel eerder in de verleiding om hem te gebruiken. Ze zijn minder geneigd om ruzies en conflicten op te lossen door met elkaar te praten of door ze uit de weg te gaan. De kans dat ze zelf (ernstig) gewond raken of dat ze iemand anders (ernstig) verwonden, is groter als ze een steekwapen bij zich dragen.
- *Dus*, wijs jongeren erop dat het juist stoerder is als ze weglopen van een ruzie of conflict. Of dat ze het beter met elkaar kunnen uitpraten zonder dat er geweld aan te pas komt. Ontmoedig wapenbezit onder jongeren, zodat ze anderen niet verwonden en niet in aanraking komen met politie en justitie. Stimuleer dat jongeren hun wapen inleveren bij de politie. Samen maken we de samenleving veiliger.

## 7.3 Campagneontwikkeling

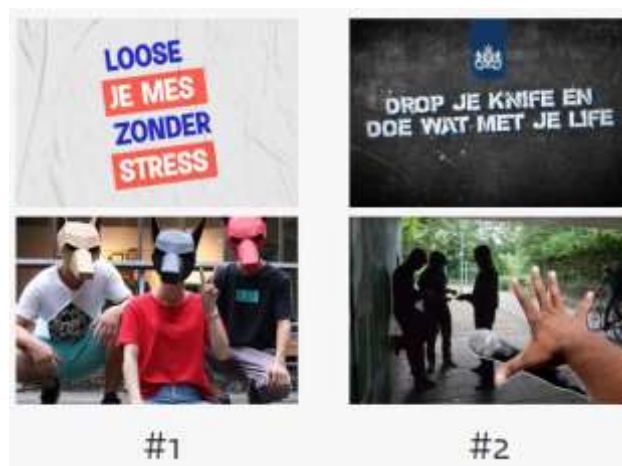
Begin mei zijn de briefings voor het reclamebureau en mediabureau opgesteld en is het inkooptraject afgerond. Het reclamebureau gaat aan de slag met de debriefing, waarin hij het strategisch concept op basis van de briefing van het ministerie uitwerkt en na twee rondes aanscherpingen op 9 juni 2021 oplevert. In de debriefing onderscheidt het reclamebureau twee richtingen als basis voor het inleveren van wapens. De richting 'geanticiperde spijt' moet een antwoord bieden op het motief 'angst' bij wapen-dragende jongeren om slachtoffer te worden van geweld. Deze invalshoek bevordert de risicoperceptie van het dragen van een wapen en zou met name de doelgroep van 18 tot 25 jaar kunnen aanspreken: "Voorkom dat je spijt krijgt van het gebruik van je steekwapen en lever hem in." De tweede richting appelleert aan het motief 'stoerdoenerij' en richt zich op de jongere doelgroep van 12 tot 18 jaar: "Je bent pas echt stoer als je geen steekwapen draagt, dus lever hem in."

<p><b>Kennis</b></p> <p>Weten dat het dragen van een steekwapen risico's met zich meebrengt (verwonden, strafbaar)</p>	<p><b>Houding</b></p> <p>Voelen dat het dragen van een steekwapen een risico kan vormen waar je spijt van kan gaan krijgen</p> <p>R1</p>	<p><b>Houding</b></p> <p>Realiseren dat je zonder steekwapen misschien wel stoerder bent</p> <p>R2</p>	<p><b>Gedrag</b></p> <p>Checken waar je je steekwapen kunt inleveren; steekwapen inleveren</p>
--	--	--	--

De tijd begint inmiddels te dringen, omdat de lokale toolkit met campagnemateriaal half juli gereed moet zijn. In de eerste uitwerking van het concept wordt de richting 'geanticiepeerde spijt' uitgewerkt in de slogan 'Je mes voor een les'. De gedachte is dat jongeren die hun wapen inleveren, een gratis les kunnen krijgen, bijvoorbeeld in boksen, rappen, zelfverdediging, vlogs, graffiti of breakdance. Met gepantserde voertuigen en lokale ambassadeurs zou de boodschap op schoolpleinen en in wijken en parken verkondigd moeten worden. Voor de tweede richting 'stoer zonder wapen' stelt het bureau voor het metaal van de ingeleverde steekwapens om te smelten tot zegelringen met het logo van bijvoorbeeld je wijk of stad of netnummer, onder het motto 'Je wapen voor een wapen'. Dit zou via shredders op het politiebureau gerealiseerd kunnen worden. Als derde optie stelt het bureau vooraf geplande sessies voor waarbij jongeren op een podium mogen rappen zodra ze hun wapen inleveren. Met 'Een sessie voor een messie' zouden ze kans maken ontdekt te worden door bekende hip-hop labels. Het ministerie keurt deze drie voorstellen af vanwege de praktische onuitvoerbaarheid en het feit dat de anonimiteit van de inleveraars hiermee doorbroken wordt.



Na deze afgekeurde voorstellen komt het reclamebureau eind juni met twee nieuwe voorstellen. Het eerste 'Loose je mes, zonder stress' benadrukt de anonimiteit van het inleveren van wapens via de inzet van 3D maskers. Het tweede voorstel, 'Drop je knife en doe wat met je life' haakt in op de rap-scene die onder een deel van de wapen-dragende jongeren populair is. Dat laatste voorstel wordt goedgekeurd en na uitwerking ook voorgelegd aan de werkgroep Communicatie en Inleveractie.



## 7.4 Focusgroepen

De bedoeling is het campagneconcept voor te leggen aan focusgroepen. Dit voornemen kan vanwege gebrek aan tijd slechts beperkt invulling krijgen. Normaliter verloopt de test van campagneconcepten via het ministerie van AZ en neemt ongeveer vijf weken in beslag. Die tijd ontbreekt en daarom is gekozen voor een informeel traject, waarin de punchlines, posters en andere communicatie-uitingen in juli voorgelegd zijn aan een aantal jongeren in Rotterdam, in samenwerking met het jongerenwerk aldaar. Samengevat blijkt hieruit dat het concept en de vormgeving in goede aarde vallen. Echter, bij de teksten zijn er twijfels omdat deze te ver van de doelgroep af zouden staan en de jongeren zich niet herkennen in de gebezigde 'straattaal', zoals in het gebruik van het woord 'knife'. Vanwege de tijdsdruk heeft de sessie met de focusgroep niet geleid tot grote wijzigingen in het concept.

## 7.5 Lokaal campagnemateriaal

Het oorspronkelijke voornemen om te voorzien in *couleur locale* krijgt een beperkte vertaling in het materiaal door gemeenten de mogelijkheid te bieden aanpassingen te plegen, bijvoorbeeld door het eigen logo toe te voegen.<sup>15</sup> Samen met de optie om het drukwerk zonder wijzigingen te gebruiken en dit in verschillende kleuren en formaten aan te bieden ontstaat een grote variëteit in het aanbod aan campagnemateriaal voor de gemeenten.



In het beschikbare materiaal is onderscheiden naar de primaire doelgroep (jongeren) en secundaire doelgroep (sociale omgeving en professionals). Voor de jongeren zijn ontwikkeld:

- posters over de inleveractie van steekwapens in de kleuren blauw, groen en rood met elk hun eigen slogan en beschikbaar in de varianten 1. met of zonder ruimte voor een gemeentelogo, 2. als pdf of InDesign, 3. in de formaten A1, A2, A3, A4 (in totaal 48 varianten).
- posters over de inleveractie van vuurwapens in de kleur rood: 1. met of zonder ruimte voor een gemeentelogo, 2. als pdf of InDesign, 3. in de formaten A1, A2, A3, A4 (totaal 16 varianten).
- een flyer: 1. pdf en InDesign (totaal 2 varianten).
- sjabloon voor green graffiti: 1. als pdf of InDesign, 2. in de formaten A2, A4 (totaal 4 varianten)
- social media post in de kleuren blauw, groen en rood (totaal 3 varianten)
- grafische video: 1. kort (6 seconden) en lang (15 seconden), 2. met en zonder geluid, 3. met en zonder swipe (totaal 8 varianten). Naderhand is hier op verzoek van een gemeente een grote video voor een beeldscherm in de publieke ruimte aan toegevoegd.
- een beat, afgeleid van de video, waarmee jongeren hun eigen rap kunnen maken en inzenden.
- een digitale landkaart voor de inleverlocaties.<sup>16</sup>
- raamposters met vooraankondiging van de inleveractie in de kleur rood: 1. als pdf of InDesign, 2. in de formaten A1, A2, A3, A4 (totaal 8 varianten).
- raamposters over het politiebureau als inleverpunt (Drop je knife hier): 1. met of zonder ruimte voor het politie- of gemeentelogo, 2. als pdf of InDesign, 3. in de formaten A1, A2, A3, A4 (totaal 16 varianten).
- gadgetbakje en gadgets in de kleuren blauw, groen en rood voor de inleveraars van wapens (3 varianten).

Voor de secundaire doelgroep zijn - veelal door de landelijke organisatie zelf - ontwikkeld:

- conceptartikel over de inleveractie van steekwapens voor lokale kranten.
- conceptartikel over de inleveractie van steekwapens en vuurwapens voor lokale kranten.
- leskaart over jongeren en wapenbezit (ontwikkeld door het OM).
- gespreksleidraad voor ouders om wapenbezit met hun kind te bespreken.
- lokale FAQ's die gemeenten kunnen gebruiken bij de inleveractie van steekwapens.
- lokale FAQ's die gemeenten kunnen gebruiken bij de inleveractie van steek- en vuurwapens.

<sup>15</sup> Zie hoofdstuk 2 voor de oorspronkelijke plannen voor de ontwikkeling van campagnes.

<sup>16</sup> Zie hoofdstuk 9 voor de logistieke voorbereiding.



- factsheet Wapens en Jongeren voor professionals.
- overzichtskaart met typen wapens in printversie en te drukken versie (bureau Beke).
- voorbeeld van een persbericht voor de inleveractie van steekwapens.
- voorbeeld van een persbericht voor de inleveractie van steek- en vuurwapens.

## 7.5 Toolkit lokale campagne

In mei 2021 is op de site van het Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid (CCV) een webdossier geplaatst met informatie over maatregelen en producten die uit het actieplan Wapens en Jongeren voortvloeien. Dit webdossier bevat ook een pagina 'Inleveractie wapens 2021' met feitelijke informatie voor de deelnemende organisaties, zoals de achtergrond, de aanmelding, het draaiboek, de planning en antwoorden op veel gestelde vragen. Als sub-pagina krijgt hier het lokale campagnemateriaal een plek, onderverdeeld naar een algemene pagina met informatie en daaronder het materiaal voor de primaire doelgroep (de jongeren) en de secundaire doelgroep (professionals en sociale omgeving).<sup>17</sup> De toolkit gaat 20 juli live, één dag later dan aangekondigd in het draaiboek.

## 7.6 Terugblik en evaluatie

Het lokale campagnemateriaal is grotendeels naar tevredenheid ontwikkeld. Het aanbod was vrijwel compleet en daar waar materiaal gemist werd - zoals het bakje voor de gadgets, een poster op A0 formaat voor abri's en een grote video zonder geluid en swipe voor het beeldscherm in de publieke ruimte - kon het reclamebureau hier snel in voorzien. Wel was het jammer dat er te weinig tijd was voor de ontwikkeling van de campagne. Het voortraject voor de inkoopprocedure en de ontwikkeling van het strategische concept nemen nu eenmaal veel tijd in beslag. Daardoor kon onvoldoende recht worden gedaan aan de input van de Rotterdamse focusgroep. Een speciaal punt van aandacht vormt het aanbieden van het materiaal via de website. Ten eerste bleek het lastig voor het CCV om de grote variëteit aan materiaal goed te plaatsen. Aanvankelijk werd een deel van de downloadbare producten per abuis overgeslagen of op de verkeerde plek geplaatst. Ten tweede bleek InDesign geen gebruikersvriendelijke modus voor gemeenten om het materiaal naar lokale smaak te kunnen aanpassen. Vormgevingsbureaus die hiervoor door gemeenten ingehuurd werden, konden ook niet altijd uit de voeten met het ongebruikelijke lettertype dat gekozen was. Dit kon tot vertraging leiden in de voorbereiding op lokaal niveau.

### Enquête gemeente (vraag 2)

*Op 20 juli 2021 ontving u het bericht per mail dat de lokale toolbox met campagnemateriaal beschikbaar was voor gebruik. Had u voldoende tijd om de lokale communicatie-inzet voor te bereiden?*

- ja, de periode om lokale communicatie voor te bereiden was voldoende
- ja, maar de periode om de lokale communicatie voor te bereiden was wel krap
- nee, de periode om de lokale communicatie voor te bereiden was te kort
- weet niet, geen mening

Tabel 14. Gemeenten over de beschikbare tijd voor de voorbereiding van de communicatie-inzet

	gemeenten	
ja, voldoende	40	70%
ja, maar wel krap	12	21%
nee, te kort	5	9%
weet niet, geen mening	-	-
<b>totaal</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

De meeste respondenten van de gemeente geven aan dat ze voldoende tijd hadden om de lokale communicatie-inzet voor te bereiden, nadat de toolbox met het campagnemateriaal beschikbaar

<sup>17</sup> Het complete materiaal is nog steeds beschikbaar via [Communicatiemateriaal inleveractie wapens 2021 - Het CCV](#)

kwam. Van de 17 gemeenten die de voorbereidingstijd krap of te kort vonden, antwoordt ruim de helft een voorbereidingstijd van drie maanden te prefereren. Vooral het beschikbaar komen van de toolbox in de zomermaanden speelde hen parten. Vanwege vakanties kon de voorbereiding daardoor pas begin september op gang komen en waren er minder mogelijkheden om eigen uitingen - ook in samenspraak met het jongerenwerk of scholen - toe te voegen of lokale rolmodellen in te schakelen.

*Als u de periode voor de voorbereiding van de lokale communicatie krap of te kort vond, hoeveel tijd had u hiervoor dan bij voorkeur ingepland willen zien, exclusief een eventueel ingeplande zomervakantie?*

- 2 maanden
- 3 maanden
- 4 maanden
- langer, namelijk ..... maanden

Tabel 15. Gemeenten over de gewenste voorbereidingstijd voor de communicatie-inzet

	gemeenten	
2 maanden	3	22%
3 maanden	9	64%
4 maanden	1	7%
6 maanden	1	7%
<b>totaal</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Een grote meerderheid van de gemeenten heeft het campagnemateriaal daadwerkelijk gebruikt. Gemeenten die afzagen van de inzet van het landelijke materiaal, geven vooral als reden op dat ze het ongeschikt vonden voor de doelgroep. Eén grote gemeente geeft aan dat het belangrijk is de juiste toon te vinden om de jeugd te benaderen: "Jongeren hebben moeite met autoriteit en willen niet betutteld worden. Communiceer daarom open, eerlijk, gelijkwaardig en respectvol. Gebruik geen moeilijke woorden en houd de boodschap luchtig en informeel, een beetje speels maar zonder kinderlijk over te komen. En: géén straattaal, dat wordt niet gewaardeerd." Een andere gemeente geeft als reden dat het materiaal erg gericht is op de jeugd in de grote steden en minder aanslaat bij jongeren in een landelijke omgeving.

#### Enquête gemeente (vraag 5)

*In de lokale campagnetoolkit zat een variëteit aan materiaal voor zowel de primaire doelgroep jongeren als voor de sociale omgeving (jongerenwerkers, school, ouders). Daarnaast was er materiaal specifiek voor gemeenten met een aanvullende focus op vuurwapens. Heeft u het materiaal uit de campagnetoolkit gebruikt in uw eigen lokale campagne?*

- ja, we hebben materiaal uit de campagnetoolkit gebruikt
- nee, we hebben geen materiaal uit de campagnetoolkit gebruikt
- weet niet, geen mening

Tabel 16. Gemeenten over het gebruik van de campagnetoolkit

	gemeenten	
ja, gebruikt	51	89%
nee, niet gebruikt	6	11%
weet niet, geen mening	-	
<b>totaal</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Gemeenten die wel gebruikt hebben gemaakt van het campagnemateriaal, zetten voor de primaire doelgroep vooral de posters in. Ook social media posts zijn populair. Het sjabloon voor green graffiti valt het minst in de smaak. Bij de secundaire doelgroep doen vooral het voorbeeld persbericht, het conceptartikel voor de krant en de leskaart het relatief goed. De FAQ's en overzichtskaart van typen wapens zijn door de respondenten het minst ingezet.

Als u het materiaal uit de lokale campagnetoolkit heeft gebruikt, kunt u dan aankruisen welk materiaal dit was (meerdere antwoorden mogelijk):

- primaire doelgroep: jongeren*
- poster steekwapens
  - poster vuurwapens
  - flyer
  - green graffiti
  - social media post
  - video
- secundaire doelgroep: professionals en ouders*
- artikel steekwapens voor lokale krant
  - artikel steekwapens en vuurwapens voor lokale krant
  - persbericht inleveractie steekwapens
  - persbericht inleveractie steekwapens en vuurwapens
  - gespreksleidraad voor ouders
  - leskaart Jongeren en Wapenbezit
  - FAQ's steekwapens
  - FAQ's vuurwapens
  - factsheet Wapens en Jongeren
  - overzichtskaart wapens

Tabel 17. Gemeenten over het gebruikte materiaal uit de campagnetoolkit

	gemeenten
<i>primaire doelgroep</i>	
poster steekwapens	40
poster vuurwapens	10
flyer	12
green graffiti	2
social media posts	35
video	19
<i>secundaire doelgroep</i>	
artikel steekwapens krant	13
artikel vuurwapens krant	6
persbericht steekwapens	21
persbericht vuurwapens	12
gespreksleidraad ouders	7
leskaart	13
FAQ steekwapens	5
FAQ vuurwapens	4
factsheet	8
overzichtskaart wapens	5

De toolkit bood volgens de meeste gemeentelijke respondenten voldoende materiaal: "De toolkit was compleet, maar met zoveel verschillende onderwerpen bezig dat ik niet van al het materiaal gebruik heb kunnen maken. We moesten keuzes maken." Slechts drie respondenten geven aan dat er materiaal ontbrak in de campagnetoolkit. Gemist werden bijvoorbeeld social media uitingen die aansluiten bij de rap-video en een aanbod van de rap-video in social formaten. Een andere gemeente miste banners voor social media, een kaart van de inleverlocaties in de eigen gemeente (die ze zelf heeft laten maken) en een video voor digitale beeldschermen in de publieke ruimte (die de landelijke organisatie alsnog heeft laten vervaardigen).

Ontbrak er materiaal dat u graag in de lokale campagnetoolkit opgenomen had gezien?

- nee, de toolkit met lokaal campagnemateriaal was compleet

- ja, ik miste materiaal in de lokale campagnetoolkit, namelijk:  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....
- weet niet, geen mening

Tabel 18. Gemeenten over de volledigheid van de campagnetoolkit

	gemeenten	
toolkit compleet	32	82%
toolkit niet compleet	3	8%
weet niet, geen mening	4	10%
<b>totaal</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

Hoewel het materiaal landelijk ontwikkeld is, biedt het de mogelijkheid om lokaal wat aanpassingen te plegen, waardoor de campagne - zij het in beperkte mate - toch een lokale uitstraling kan krijgen. Bijna de helft van de gemeenten heeft het materiaal aangepast, bijvoorbeeld door het gemeentelogo of politielogo toe te voegen. Eén gemeente heeft het Instagram adres van de jongerenwerkers geplaatst op de posters. De aanpassing van het materiaal kon overigens ook alleen inhouden dat de voorbeelden in de toolkit voor een persbericht of een artikel in de plaatselijke krant lokaal op maat herschreven werden.

#### Enquête gemeente (vraag 6)

Het materiaal in de lokale campagnetoolkit kon desgewenst op maat aangepast worden, bijvoorbeeld door het gemeentelogo toe te voegen. Heeft u het lokale materiaal aangepast?

- ja, we hebben het materiaal aangepast
- nee, we hebben het materiaal niet aangepast
- weet niet, geen mening

Tabel 19. Gemeenten over de aanpassing van het campagnemateriaal

	gemeenten	
materiaal aangepast	21	43%
materiaal niet aangepast	27	55%
weet niet, geen mening	1	2%
<b>totaal</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>

Van de 21 gemeenten die het campagnemateriaal aangepast hebben, beantwoorden 17 de vraag of dit tot technische problemen heeft geleid. Deze vraag is vooral gesteld om te achterhalen hoe groot de worsteling was met het gebruik van InDesgin, die de landelijke organisatie her en der ter ore was gekomen.

Als u het materiaal heeft aangepast, ondervond u daarbij technische problemen?

- nee, ik had geen problemen om het materiaal aan te passen
- ja, ik ondervond problemen bij het aanpassen van het materiaal, namelijk:  
.....  
.....  
.....  
.....

Tabel 20. Gemeenten over problemen bij het aanpassen van het campagnemateriaal

	gemeenten	
geen problemen	14	82%
wel problemen	3	18%
weet niet, geen mening	-	-
totaal	17	100%

In de enquête geven 3 gemeenten aan problemen ervaren te hebben met het gebruik van InDesign en/of de gekozen lettertypes. Zij vonden veelal een uitweg door het materiaal in een ander programma te downloaden en te bewerken, hoewel dit de kwaliteit niet altijd ten goede kwam. Het aantal van drie gemeenten met technische problemen lijkt gering, maar niet uitgesloten mag worden dat de gebruikersonvriendelijkheid van deze modaliteit voor anderen aanleiding is geweest om af te zien van een aanpassing van het materiaal. Bij herhaling van de gekozen campagneopzet verdient het aanbeveling om een technisch systeem te kiezen dat meer courant is bij lokale vormgevers.

## 8. Augustus 2021: de juridische voorbereiding

### 8.1 Juridisch kader

De inleveractie richt zich primair op het inleveren van steekwapens en daaraan verwante wapens, zoals slag- en stootwapens. Het inleveren van deze wapens kan anoniem en straffeloos verlopen. Uiteraard moet het OM zich achter dit voornemen scharen, maar verder vergt een dergelijke actie geen speciale juridische voorbereidingen. Dat ligt anders bij het inleveren van vuurwapens. Hier kan ten eerste geen sprake zijn van anoniem inleveren. Dit betekent dat een aparte procedure benodigd is, zodat potentiële inleveraars zich bij de politie kunnen melden voor het inleveren van vuurwapens (of munitie of explosieven) en zij hun persoonsgegevens via het identiteitsbewijs kunnen laten verifiëren en registreren. Deze gegevens worden op basis van artikel 8 van de Wet politiegegevens verwerkt en tot maximaal vijf jaar na de eerste verwerking bewaard.

Ten tweede is - anders dan bij het inleveren van steekwapens - alleen sprake van straffeloosheid onder voorbehoud. In beginsel wordt men niet als verdachte aangemerkt of vervolgd. Weliswaar is het dragen van wapens en munitie van de categorieën I, II, III en IV verboden in de artikelen 13 en 26/27 van de Wet wapens en munitie, maar de betrokkene levert het (vuur)wapen uit eigener beweging in. Het onttrekken van dat wapen aan het maatschappelijk verkeer prevaleert in dit geval boven het instellen van vervolging. Daarom wordt ervoor gekozen het voorhanden hebben van ingeleverde vuurwapens tijdens de inleverweek niet te vervolgen. Dit geldt ook voor inleveraars met WWM-antecedenten. Uitgangspunt is wel dat met het wapen geen misdrijf is gepleegd. Mocht uit vervolgonderzoek anders blijken, dan zal sprake zijn van verwerking van de persoonsgegevens in het kader van artikel 9 van de Wet politiegegevens en kan alsnog een strafrechtelijke reactie volgen. Degene die het vuurwapen ingeleverd heeft, krijgt de status van verdachte en de officier van justitie neemt een vervolgingsbeslissing. Overigens is het van meet af aan de verwachting dat het onderzoek naar gebruiks- en DNA-sporen criminelen ervan zal weerhouden hun vuurwapen in te leveren.

### 8.2 Brief aan het College van procureurs-generaal

Als de lokale driehoek ingestemd heeft met de deelname aan de inleveractie en gekozen is voor een focus op zowel steekwapens als vuurwapens, moet voor dat laatste toestemming verleend worden door het College van procureurs-generaal. Het verkrijgen van deze toestemming verloopt via het arrondissementsparket. In de toestemmingsbrief geeft het parket aan waarom, waar en wanneer de inleveractie gepland is en wat de juridische grondslag is van het te hanteren sepotbeleid. Het College stelt het ministerie van Justitie en Veiligheid vervolgens standaard op de hoogte van de verleende toestemming. Als zich tijdens de inleveractie een bijzonder incident voordoet dat een bredere dan lokale reikwijdte heeft, stelt het arrondissementsparket het College hiervan onverwijld op de hoogte.

#### **Acties Inleveractie Wapens 2021 - 3**

- zodra bekend is welke gemeenten willen aansluiten bij de landelijke inleveractie met een extra focus op vuurwapens, wordt per arrondissementsparket verzocht namens deze gemeenten toestemming te vragen voor de inleveractie bij het College van procureurs-generaal
- voor de arrondissementsparketten wordt een conceptbrief opgesteld die zij kunnen gebruiken om deze toestemming te verkrijgen
- nadat toestemming is verkregen, worden de betreffende deelnemende gemeenten via de landelijke contactpersoon geïnformeerd

In het draaiboek is een conceptbrief opgenomen die de parketten kunnen gebruiken en waar nodig aanvullen voor het verkrijgen van toestemming van het College van procureurs-generaal. In totaal zijn er zeven eenheden met gemeenten die ook een focus hebben op het inleveren van vuurwapens: Amsterdam (6 gemeenten), Den Haag (27), Midden-Nederland (3), Noord-Holland (9), Noord-Nederland (18), Rotterdam (15) en Zeeland & West-Brabant (37). In augustus versturen de laatste parketten de toestemmingsbrief en begin september heeft het College van procureurs-generaal zijn instemming gegeven voor alle ingediende verzoeken. Via een update zijn gemeenten geïnformeerd.

### 8.3 Terugblik en evaluatie

Het proces van juridische voorbereiding verliep vlekkeloos bij de parketten en geheel volgens planning. De voorbeeldbrief uit het draaiboek is door 3 van de 4 OM-respondenten gebruikt. Degene die geen gebruik heeft gemaakt van de voorbeeldbrief, geeft aan dat er al toestemming aan het College van procureurs-generaal was gevraagd, voordat men de voorbeeldbrief ontvangen had.

#### Enquête OM (vraag 5)

*In het draaiboek voor de inleveractie is een voorbeeld opgenomen van een toestemmingsbrief voor het College van procureurs-generaal. Heeft u van deze voorbeeldbrief gebruik gemaakt voor het vragen van toestemming voor het inleveren van vuurwapens?*

- ja, de voorbeeldbrief is gebruikt voor het aanvragen van toestemming bij het College
- nee, we hebben geen gebruik gemaakt van de voorbeeldbrief
- weet niet, geen mening

Tabel 21. OM over het gebruik van de toestemmingsbrief

	OM	
ja, gebruikt	3	75%
nee, niet gebruikt	1	25%
weet niet, geen mening	-	-
<b>totaal</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Eén respondent van het OM signaleert lacunes in de voorbeeldbrief. De tekst ging namelijk uit van de 'standaard situatie', dat het straffeloos kunnen inleveren van vuurwapens alleen aan de orde is als er sprake is van een concreet veiligheidsprobleem. Normaliter is dat inderdaad een vereiste. Maar in het betreffende arrondissement zijn alle gemeenten aangemoedigd deel te nemen aan de actie, ook als er geen sprake was van een concreet probleem met messen en andere wapens. In overleg met de rechercheofficier is daarom een meer algemene onderbouwing opgesteld, waarom deelname aan de inleveractie en toestemming van het College van procureurs-generaal vereist is: "Elk wapen is er een te veel."

#### Ontbraken er elementen in de toestemmingsbrief die u graag opgenomen had gezien?

- nee, de voorbeeld toestemmingsbrief bevatte geen lacunes
- ja, ik miste elementen in de toestemmingsbrief, namelijk:  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....
- weet niet, geen mening

Tabel 22. OM over de volledigheid van de toestemmingsbrief (n=3)

	OM	
geen lacunes in brief	1	33%
wel lacunes in brief	1	33%
weet niet, geen mening	-	-
<b>totaal</b>	<b>2</b>	<b>66%</b>

Ten slotte is het OM in de enquête gevraagd of men bij de juridische voorbereiding en uitvoering van de inleveractie gestuit is op specifieke knelpunten. Twee respondenten geven in antwoord hierop verbeter tips. De eerste merkt op dat de instructie om na onderzoek van de ingeleverde vuurwapens

deze zaken in GPS te registreren en met een beleidssepot af te doen, niet logisch en onpraktisch is. Deze werkwijze heeft de landelijke organisatie ontleend aan de procesbeschrijving van een eerdere inleveractie in Rotterdam. De OM-respondent mist de onderbouwing voor deze keuze en had hierover graag overleg gewild. Die onderbouwing is in de eerdere stukken echter niet opgenomen. De deelnemer van het OM aan de werkgroep Communicatie en Inleveractie heeft op dit punt ook geen opmerkingen gemaakt. De tweede respondent van het OM die knelpunten signaleert, geeft aan dat men verrast was door de inleveractie. Er kwam druk te liggen op een positief besluit tot deelname. Ook ontstond er een domino-effect in het arrondissement: "Als die gemeente mag meedoen, dan mogen wij ook." Daardoor werden regionale omstandigheden buiten spel gezet, terwijl het OM vanwege de beperkte politiecapaciteit in verschillende driehoeken had aangegeven dat deelname aan de inleveractie niet wenselijk was: "Het OM heeft het gezag heeft over de capaciteit van de politie m.b.t. steekwapens en vuurwapens."

#### Enquête OM (vraag 7)

*Bent u bij de juridische voorbereiding en uitvoering van de inleveractie op specifieke knelpunten gestuit?*

- ja, we zijn op knelpunten gestuit bij de juridische voorbereiding en uitvoering
- nee, er waren geen knelpunten bij de voorbereiding en uitvoering (ga naar vraag 8)
- weet niet, geen mening (ga naar vraag 8)

*Als u op knelpunten bent gestuit, kunt u deze dan onderstaand toelichten?*

Tabel 23. OM over knelpunten in de juridische uitvoering

	OM	
ja, knelpunten	2	50%
nee, geen knelpunten	2	50%
weet niet, geen mening	-	-
totaal	4	100%

De tweede OM-respondent wijst ten slotte nog op enkele onduidelijkheden in het proces rond het inleveren van wapens. Door de variëteit in focus op het type wapen dat straffeloos ingeleverd mocht worden, werden soms vuurwapens ingeleverd in gemeenten die gekozen hadden voor het uitsluitend inleveren van steekwapens. Ook was de procedure rond het inleveren van nepwapens niet eenduidig: in het betreffende arrondissement werden deze door de politie bij de mensen thuis opgehaald, terwijl ze in andere regio's bij het politiebureau ingeleverd mochten worden. Dat was verwarrend.



## 9. Augustus 2021: de logistieke voorbereiding

### 9.1 Inleverlocaties

Bij de aanmelding voor de inleveractie vullen de gemeenten een deelnameformulier in, dat als bijlage 1 in het draaiboek opgenomen is. In deze bijlage geven zij niet alleen de beoogde focus door en de namen, mailadressen en telefoonnummers van de contactpersonen van de gemeente zelf, de politie en - bij een focus op het ook inleveren van vuurwapens - het OM, maar ook het geschatte aantal inleverlocaties. In de tweede bijlage van het draaiboek wordt gevraagd uiterlijk 1 augustus 2021 de definitieve inleverlocaties door te geven, inclusief de adressen en openingstijden. Vanaf eind juli zet de landelijke organisatie zich in om reminders te sturen naar contactpersonen die bijlage 2 nog niet gestuurd hebben. De laatste ingevulde exemplaren van bijlage 2 worden begin september ontvangen.

#### Acties Inleveractie Wapens 2021 - 4

- verzamelen van de locaties en openingstijden van de bureaus waar steekwapens ingeleverd kunnen worden via de landelijke contactpersoon en vermelden op de centrale website
- aanschaf en distributie via PDC van inlevertonnen bij de betrokken politiebureaus
- verzamelen van de aantallen ingeleverde steekwapens en verwerken in een persbericht over het eindresultaat van de inleveractie
- faciliteren van de vernietiging van de ingeleverde steekwapens via PDC
- ophalen van de inlevertonnen na ommekomst van de inleverweek via PDC

Aanvankelijk is het uitgangspunt dat uitsluitend politiebureaus als inleverlocatie zullen dienen. Vier overwegingen spelen daarbij een rol: 1. het risico dat wapens uit de inleverton 'verdwijnen', als er geen of onvoldoende toezicht is, 2. het risico dat steekincidenten ontstaan op locaties waar drommen jongeren samenkomen, als zich juist in de inleverweek een conflict tussen hen voordoet, 3. het risico dat vuurwapens alsnog ongemerkt van de hand worden gedaan, en 4. de logistieke complexiteit bij het distribueren, tussentijds legen en afvoeren van de inlevertonnen door de politie, als 'natuurlijke' contactpersonen ontbreken. Al gauw komen echter meerdere gemeenten op de lijn die vragen of ook andere locaties als inleverpunt aangewezen mogen worden. Deels spruit deze wens voort uit het feit dat vooral kleinere gemeenten niet over een eigen politiebureau beschikken. Daarnaast is het de verwachting dat alternatieve locaties zoals een wijkcentrum, jeugdhonk, gemeentehuis of school een lagere drempel opwerpen om je wapen in te leveren dan het politiebureau. Na overleg eind juli van de landelijke organisatie met de coördinatoren bij de politie volgt een beleidswijziging en wordt de keuze voor de inleverlocatie als een lokale verantwoordelijkheid aangemerkt waarbij wel aandacht wordt gevraagd voor maatregelen tegen de mogelijke risico's.

### 9.2 Digitale landkaart

De informatie over de inleverlocaties is ten eerste benodigd om op de digitale landkaart die op de site van het CCV wordt gebouwd, aan te geven welke gemeenten meedoen, waar de inleverlocaties zijn en op welke dagen en tijdstippen deze geopend zijn. Immers, de inleveractie beoogt weliswaar landelijk te zijn, maar niet alle gemeenten doen mee, zodat potentiële inleveraars hierover geïnformeerd moeten worden. En bij gemeenten die wel aanhaken, is niet altijd een geschikte inleverlocatie aanwezig, zodat zij doorverwijzen naar buurgemeenten. Op de digitale landkaart kunnen de inleveraars precies zien waar en wanneer zij hun steekwapens kwijt kunnen. Het voornemen is de landkaart uiterlijk 13 september live te hebben, omdat op die datum de landelijke campagne van start gaat. Dat lukt, ondanks dat er nog in september bijlagen ingediend worden met de beoogde inleverlocaties. Ook na de livegang blijkt de digitale landkaart nog lang niet voltooid. Zowel fouten bij het overnemen van de aangeleverde gegevens, waaronder het plaatsen van gemeenten in verkeerde provincies, als naderhand gemaakte wijzigingen en aanvullingen op de inleverlocaties en -tijden spelen hierbij een rol. In totaal worden na het live gaan van de landkaart 75 wijzigingen doorgevoerd, waarvan de laatsten op 11 oktober, de eerste dag van de inleverweek.



### 9.3 Inlevertonnen

De informatie over de inleverlocaties is voorts van belang om het benodigde aantal inlevertonnen te bepalen. Er zijn afspraken gemaakt met de Facilitaire Dienst in een van de eenheden, die zowel zorg zal dragen voor de aanschaf en distributie als het prepareren van de inlevertonnen. Voor dat laatste is het zagen van houten bodems en gebruiksklaar maken van het bevestigingsmateriaal gepland in augustus. Omdat het definitieve aantal inlevertonnen in die maand echter nog niet bekend is, wordt uitgegaan van een geschat aantal waarvoor de planken en kettingen door hen gemaakt worden.

Helaas blijkt in de tweede week van september dat de beoogde leverancier de inlevertonnen niet kan leveren vóór het begin van de inleverweek. In vliegende vaart start de landelijke organisatie een inkooptraject om de inlevertonnen bij een concurrent te bestellen, die wel voldoende op voorraad heeft, zij het in de weinig bekoorlijke kleur grijs. Aldus worden de planken en kettingen vervoerd naar deze leverancier, die ze samen met de inlevertonnen in de week van 27 september aflevert bij de inleverlocaties. In het draaiboek staat de levering van de inlevertonnen één week later gepland, van 4 tot 8 oktober. Met de vervroegde levering hebben de inleverlocaties meer tijd om de tonnen gereed te maken voor gebruik. De contactpersonen van de inleverlocaties hebben vooraf een mail ontvangen, zodat ze op de hoogte zijn van de dag van levering van de inleverton. Deze mail geeft ook een instructie voor het gebruiksklaar maken van de ton.

### 9.4 Drukopdrachten

Eind augustus staat ten slotte de voorbereiding gepland van de drukopdrachten. De toolkit voor de lokale campagne bevat veel materiaal dat in beginsel door de gemeenten zelf wordt gedrukt. Als extra service is het mogelijk voor (kleinere) gemeenten om posters bij de landelijke organisatie te bestellen, zij het dat dan geen lokaal maatwerk mogelijk is. Tien gemeenten hebben hiervan gebruik gemaakt. Daarnaast was beoogd alle inleverlocaties te voorzien van de gadgets, het gadgetbakje en de posters die specifiek voor de inleverpunten ontwikkeld waren (vooraankondiging en de poster 'Drop je knife hier'). Voor het bestellen van dit materiaal is een aparte bijlage 6 in het draaiboek opgenomen, met als deadline voor inzending 1 september 2021. Ook hier deed zich het probleem voor dat de bijlage door een deel van de inleverpunten te laat werd toegestuurd en de landelijk organisatie reminders moest versturen. Hierdoor liepen de drukopdracht en de distributie van het materiaal vertraging op.

Uiteindelijk is bij gebrek aan definitieve aantallen begin september een inschatting gemaakt van de benodigde oplage van het drukwerk en de gadgets. Omdat er daarna vertraging ontstond in de levering van de gadgets, is ervoor gekozen het drukwerk en de gadgets separaat per post naar de inleverlocaties te versturen. In de week van 27 september is gestart met de distributie van het drukwerk. Dat was één week voor de planning in het draaiboek, die de distributie van communicatiemateriaal voorzien had in de week van 4 oktober. Later nadruppelende bestellingen konden uiteraard wel pas in de week vóór de inleveractie bezorgd worden. Bij de verzending van de gadgets liep de oplevering spaak. Op 5 oktober leek het erop dat de douane van Duiven de gadgets niet snel wou vrijgeven en ondernam de landelijke organisaties pogingen de douane op andere gedachten te brengen. Daags erna gaf de leverancier aan dat de gadgets zich nog in China bevonden, wat aanmerkelijk verder weg ligt dan Duiven, en pas aan het begin van de volgende week zouden arriveren. Op 7 oktober heeft de leverancier een nieuwe bestelling van een vergelijkbare gadget in beperktere oplage in Polen gedaan, zodat de inleverpunten in ieder geval de eerste dagen van de inleverweek vooruit konden met de gadgets. Na productie zou de vrachtwagen 's avonds uit Polen vertrekken, zodat de gadgets vrijdagochtend ingepakt en verzonden zouden kunnen worden. Helaas kreeg de Poolse chauffeur pech onderweg. Gelukkig arriveerde diezelfde vrijdag geheel onverwacht een deel van de gadgets uit China (de rode variant) en kon alsnog een eerste zending ter hand genomen worden. De blauwe en groene varianten zijn pas tijdens de inleverweek verspreid.



## 9.5 Terugblik en evaluatie

Het hoeft geen betoog dat vanwege de krappe doorlooptijd voor de voorbereiding van de inleveractie er veel op het nippertje nog goed gekomen is. De landelijke organisatie heeft veel waardering voor de inzet en flexibiliteit van de leverancier van de inlevertonnen, van het distributiecentrum en van de drukker, die ook als tussenpersoon fungeerde voor het bestellen van de gadgets, omdat zij met man en macht en zeer gemotiveerd gewerkt hebben aan het welslagen van dit traject. Deels is de tijdsdruk ontstaan door de late aanlevering van de definitieve inleverlocaties, wat de vraag oproept of er niet meer tijd ingeruimd had moeten worden tussen het moment van aanmelding voor de actie (1 juli) en de deadline voor het doorgeven van de definitieve inleverlocaties (1 augustus). In de enquête geeft een meerderheid van de gemeenten en politie aan dat één maand voldoende was om de inleverlocaties te bepalen.

In de toelichting bij deze vraag komt regelmatig terug dat deze periode in principe lang genoeg is. Er zijn echter diverse redenen waarom respondenten toch een langere doorlooptijd op prijs zouden stellen. Sommigen wijzen erop dat pas later besloten is tot deelname aan de inleveractie, waardoor er minder tijd resteerde voor het bepalen voor de inleverlocaties. Ook de zomervakantie was van invloed. Soms kon de aanwezigheid van veel steunbureaus de politie parten spelen in de keuze voor de meest geschikte locaties. Soms gebiedt de eerlijkheid te zeggen: "Sommige politieteams gingen pas nadenken over een plan na de deadline. Deze wilde meer containers ondanks dat we ze ruim de tijd hebben gegeven en gewezen." Een veel genoemde reden is de benodigde afstemming voor het aanwijzen van andere inleverlocaties dan het politiebureau. Vooral het peilen van scholen neemt veel tijd in beslag. Verder speelden het *last minute* wijzigen van eerder aangewezen locaties en het toevoegen van extra lokale initiatieven een rol. Eén gemeente vraagt zich af of het wel nodig is om zo vroeg duidelijkheid te verschaffen over de inleverlocaties, omdat de campagne pas half september van start ging. In het verlengde hiervan merkt een respondent van de politie op, dat het beter zou zijn om tot twee weken voor de start van de inleverweek de mogelijkheid te bieden om de locaties door te geven of te wijzigen: "De burgers kijken toch vaak niet eerder dan een week van tevoren."

### Enquête gemeente (vraag 3) en politie (vraag 2)

*In de praktijk bleek dat de definitieve inleverlocaties nog lang ná de deadline van 1 augustus werden doorgegeven. Hoeveel tijd zou u idealiter ingeruimd willen zien voor het bepalen van de inleverlocaties?*

- de huidige periode was voldoende
- 3 maanden
- 4 maanden
- langer, namelijk ..... maanden
- weet niet, geen mening

Tabel 24. Gemeente en politie over de doorgifte van de inleverlocaties

	gemeenten		politie	
huidige tijd voldoende	39	68%	29	72,5%
3 maanden	9	16%	9	22,5%
4 maanden	2	4%	1	2,5%
langer	-	-	-	-
weet niet, geen mening	7	12%	1	2,5%
<b>totaal</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Over de weergave van de eigen inleverlocatie(s) op de digitale landkaart oordelen de gemeenten en politie overwegend positief, voor zover zij hiervan kennis genomen hebben. Enkele respondenten van de gemeente en politie geven namelijk aan niet op de hoogte te zijn van het bestaan van deze landkaart, ondanks dat alle contactpersonen in de update per mail van 8 september geïnformeerd zijn over de lancering. Sommige anderen weten weliswaar dat de digitale landkaart gepubliceerd is, maar hebben die niet bekeken en evenmin de gegevens over hun eigen inleverpunten op juistheid gecontroleerd. Door de overigen zijn enkele verbeterpunten geopperd. Zo geven twee respondenten

aan dat gegevens ontbraken of onjuist waren en aanpassingen lang op zich lieten wachten. Een respondent van de politie merkt op dat het rijdende inzamelpunt niet te vinden was op de landkaart. Meerdere mensen pleiten voor een interactieve variant, waarmee je zicht krijgt op de inleverpunten in de buurt of in de eigen gemeente: "Bijvoorbeeld in te stellen via een filter. Die specifieke link zou dan gedeeld kunnen worden via de lokale social media." Sommige gemeenten hebben een link naar de eigen website toegevoegd aan het campagnemateriaal en aldus doorverwezen naar locaties in de buurt. Geopperd wordt voorts om gemeenten de gelegenheid te geven zelf aanvullingen te plegen bij de omschrijving. De vermelding van deelnemende gemeenten zonder lokaal inleverlocatie was volgens sommigen verwarrend, hoewel bij het aanklikken van een dergelijke gemeente wel duidelijk verwezen werd naar een inleverpunt in een nabijgelegen gemeente. Op de landkaart stond vermeld op welke typen wapens de focus van de inleveractie lag. Een respondent van de politie had hierbij graag de vermelding gezien dat het inleveren van vuurwapens alleen op afspraak gaat. In de praktijk leverde dat echter volgens deze respondent geen problemen op. Ten slotte merkt een respondent van de gemeente op dat de digitale landkaart eerder online geplaatst had mogen worden.

#### Enquête gemeente (vraag 9) en politie (vraag 7)

*De inleverlocaties en openingstijden waren op een digitale landkaart weergegeven. Was u tevreden over de wijze van vermelding van de inleverlocaties op de digitale landkaart?*

- ja, ik was tevreden over de wijze van vermelding van de inleverlocaties op de landkaart
- nee, de vermelding van de inleverlocaties op de landkaart kon beter, namelijk:  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....
- weet niet, geen mening

Tabel 25. Gemeente en politie over de vermelding van de inleverlocaties op de digitale landkaart

	gemeenten		politie	
tevreden over landkaart	46	82%	27	69%
niet tevreden landkaart	2	4%	5	13%
weet niet, geen mening	8	14%	7	18%
<b>totaal</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

Het bestellen en distribueren van de inlevertonnen had zoals beschreven in paragraaf 9.3, nogal wat voeten in de aarde, maar kon tijdig opgelost worden. Bij aankomst op het inleverpunt dienden de tonnen nog gebruiksklaar gemaakt te worden door het meegeleverde bevestigingsmateriaal alsmede de houten bodems aan te brengen. Zoals te verwachten viel, waren vooral politiemensen betrokken bij het prepareren van de inlevertonnen. Omdat in een deel van de gemeenten ook andere locaties dan het politiebureau als inleverpunt aangewezen waren, kon op voorhand in de enquête niet uitgesloten worden dat ook gemeenten aan de slag waren gegaan met het gebruiksklaar maken van de tonnen.

#### Enquête gemeente (vraag 10) politie (vraag 8)

*De inlevertonnen zijn centraal besteld en gedistribueerd. Ter plaatse dienden de bodem en ketting voor het afsluiten van de deksel aangebracht te worden. Was u betrokken bij het prepareren van de inlevertonnen?*

- ja, ik was betrokken bij het prepareren van de inlevertonnen
- nee, ik was niet betrokken bij het prepareren van de inlevertonnen
- weet niet, geen mening

Tabel 26. Gemeente en politie over hun betrokkenheid bij het prepareren van de inleverton

	gemeenten		politie	
betrokken bij prepareren	1	2%	29	72,5%
niet betrokken	53	94%	11	27,5%
weet niet, geen mening	2	4%	-	-
<b>totaal</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Op de vraag of het prepareren van de tonnen problemen opleverde, hebben ook enkelen geantwoord die niet zelf bij dit karwei betrokken waren. Zo merkt een respondent van de gemeente op: "De assemblage van de 'tonnen' hebben we bij de politie gelaten. Die hebben daar best wat werk aan gehad. Dat moest dus last-minute geregeld worden. Vanwege last-minute aanmelding van scholen hebben we onze stembussen van stal gehaald. Die staan toch opgeslagen, zijn afsluitbaar én konden zo ingezet worden." De gemeentelijke respondent die wel zelf betrokken was bij het gebruiksklaar maken van de tonnen, kon deze klus pas klaren na toezending van een montage-instructie door de landelijke organisatie. Overigens was deze instructie ook in de gemailde update van 6 oktober naar alle contactpersonen verstuurd. Dit laat onverlet dat het een goede aanbeveling is om de instructie meteen met de inlevertonnen mee te geven.

*Als u betrokken was bij het prepareren van de inlevertonnen, heeft dat problemen opgeleverd?*

- nee, we hebben geen problemen gehad om de inleverton gebruiksklaar te maken
- ja, het was lastig de inlevertonnen klaar te maken voor gebruik, omdat:
  - .....
  - .....
  - .....
  - .....
  - .....
- weet niet, geen mening

Tabel 27. Gemeente en politie over problemen bij het prepareren van de inleverton

	gemeenten		politie	
problemen bij prepareren	1	100%	12	39%
geen problemen	-	-	18	58%
weet niet, geen mening	-	-	1	3%
<b>totaal</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

Bij de politie wordt wisselend gereageerd op de moeite die het prepareren van de inleverton gekost heeft. Aan de ene zijde staan de respondenten die deze klus weliswaar 'omslachtig', 'even puzzelen', 'je gezond verstand gebruiken' noemen, maar tot een goed einde brengen. Sommigen tonen zich verrast dat ze zelf enkele gaten in de ton moesten boren: "Er was een boor benodigd om dit uit te voeren. De politie is zodanig verzuimd dat dit lastig te organiseren was. Uiteindelijk heb ik mijn eigen boormachine meegenomen naar het werk." Terecht vragen zij zich af of die gaten niet voorgeboord hadden kunnen worden, zoals bij een Ikea-bouwpakket. Dit zou inderdaad aanvankelijk verzorgd worden door de Facilitaire Dienst in een van de eenheden, maar stuitte zoals gezegd op problemen met de tijdige levering van de inlevertonnen door de beoogde leverancier. Sommige respondenten van de politie geven aan dat ze alternatieve bakken geregeld hebben, die meer voldeden aan de behoefte en (beveiliging)eisen. Een duidelijke omissie was het ontbreken van een ketting waarmee de inleverton aan een muur vastgemaakt kan worden om te voorkomen dat iemand met een volle container met wapens het politiebureau uit sluipt.

## 10. September 2021: de start van de campagne

### 10.1 Landelijke campagne

Zoals voorgenomen in het projectplan Communicatie Wapens en Jeugd 2021-2022 is de campagne vier weken voor de start van de inleverweek gelanceerd. De campagne is uitsluitend getarget op de primaire en secundaire doelgroep in de deelnemende gemeenten. De video is ingezet via YouTube en specifieke kanalen die bij de jeugd populair zijn (Influencers, Stuk RV, MTV). Daarnaast zijn social media posts verspreid via kanalen als Snapchat, Instagram en Facebook. Naarmate de inleverweek meer in zicht kwam, is de intensiteit van de landelijke campagne verhoogd. Dit sloot ook aan bij de inspanningen van veel gemeenten, die besloten hadden de lokale campagne later te starten. Tijdens de inleverweek zelf is aanvullend een influencer ingezet.

Bij de start van de campagne is een persbericht uitgebracht dat veel publiciteit in de landelijke en lokale media gegeneerd heeft. Wederom een persbericht uitbrengen bij de start van de inleverweek werd door de directie Communicatie niet opportuun geacht.

#### **Acties Communicatie Wapens en Jeugd - 1. vóór de inleveractie**

##### doelgroep jongeren en jongvolwassenen

- in de vier weken voorafgaand aan de inleveractie wordt lokaal en landelijk extra ingezet op de bewustwording rond de risico's van wapenbezit
- voor gemeenten die deelnemen aan de inleveractie is een toolbox op de site van het CCV beschikbaar met aanpasbaar materiaal dat ze lokaal richting de jeugd en hun sociale omgeving kunnen inzetten; het materiaal kan ook fysiek bij het ministerie besteld worden
- in aanvulling hierop wordt landelijk aandacht besteed aan de inleveractie
- op de website van het CCV is nadere informatie te vinden over de deelnemende gemeenten

##### doelgroep professionals

- via een draaiboek met bijlagen worden gemeenten, politie en OM geïnformeerd over de voorbereiding van de inleveractie
- voor de politie is communicatiemateriaal beschikbaar

##### doelgroep media

- vier weken voorafgaand aan de inleverweek gaat een persbericht uit naar de media

#### **Acties Communicatie Wapens en Jeugd - 2. tijdens de inleveractie**

##### doelgroep jongeren en jongvolwassenen

- tijdens de inleveractie wordt lokaal en landelijk extra ingezet op de bewustwording rond de risico's van wapenbezit

##### doelgroep media

- bij aanvang van de inleverweek gaat een persbericht uit naar de media
- verspreiden informatie in de dagen erna over het verloop van de inleveractie kan de motivatie om mee te doen versterken

#### **Acties Communicatie Wapens en Jeugd - 3. na de inleveractie**

##### doelgroep politiek en media

- na afloop van de inleverweek gaat een persbericht uit over het resultaat en het belang ervan, zonder ranking van de opbrengst per gemeente

### 10.2 Terugblik en evaluatie

De online campagne heeft goed gepresteerd. Op YouTube zijn de drie video's ruim 4,6 miljoen keer getoond. Hiervan zijn de video's 3,7 miljoen keer tot het eind afgespeeld. Dit is 81%, wat hoger is dan de vooraf gestelde Key Performance Indicator (KPI) van 75%. Om deze KPI te halen is het meest ingezet op de video die men verplicht moest uitkijken en op de korte video van 6 seconden.

Dit heeft goed gewerkt. De video die men wel kon skippen, werd 35% keer tot het eind afgespeeld. Dit is overigens geen onaardig resultaat, aangezien mensen advertentievideo's vaak al na een paar seconden wegklikken. Op Facebook/Instagram is de campagne bijna 4,7 miljoen keer getoond en op Snapchat 13,1 miljoen keer. Dit heeft geleid tot respectievelijk ruim 4.750 en ruim 60.195 clicks. Vooral Snapchat heeft het boven verwachting goed gedaan op bereik en interactie. Bij Facebook/Instagram was er gedurende de campagne sprake van verzadiging onder de doelgroep, wat betekent dat ofwel de doelgroep te klein was voor het budget ofwel het budget te groot voor de doelgroep.

Desgevraagd geeft bijna driekwart van de gemeenten aan geen uitingen gemist te hebben in de landelijke campagne. Eén gemeente noemt het ontbreken van goed materiaal voor het jongerenwerk. Verder oppert een respondent als aanvulling de inzet van een bekende Nederlander die populair is bij jongeren. Dit idee is inderdaad ook besproken in de werkgroep Communicatie en Inleveractie. Aan het inschakelen van bekende Nederlanders bij campagnes stelt de overheid echter strikte voorwaarden, zoals affiniteit met het onderwerp, (vrijwel) gratis optreden, van onbesproken gedrag zijn. Dat maakt het lastig om een geschikte kandidaat te vinden.

#### Enquête gemeente (vraag 7),

*Naast de lokale communicatie-inzet heeft het ministerie 5 weken landelijk campagne gevoerd, getarget op de doelgroep jongeren in de deelnemende gemeenten. Het ging daarbij om online video's op YouTube en social posts op Facebook, Instagram en Snapchat. Ook zijn twee filmpjes van een influencer ingezet en hebben de ministers Grapperhaus en Dekker met werkbezoeken aandacht gevraagd voor de inleveractie. Zijn er specifieke uitingen die u gemist heeft in de landelijke campagne?*

- nee, ik heb geen specifieke uitingen gemist in de landelijke campagne
- ja, in de landelijke campagne miste ik enkele uitingen, namelijk:  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....
- weet niet, geen mening

Tabel 28. Gemeenten over de landelijke campagne

	gemeenten	
geen uitingen gemist	39	73%
wel uitingen gemist	2	4%
weet niet, geen mening	12	23%
<b>totaal</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Een vraagpunt is of de campagne voorafgaand aan de inleveractie wel vier weken moet duren. De communicatieadviseurs bij de politie blijken de voorkeur te geven aan een kortere periode, dicht op de landelijke inleverweek. Van politiezijde waren er namelijk zorgen dat jongeren al eerder met hun wapen naar de inleverlocaties zouden komen. Voor zover bekend heeft zich dit in de praktijk in één gemeente voorgedaan. Anderzijds pleit voor een langere campagneperiode juist de behoefte om gedurende meerdere weken de aandacht te vestigen op de wapenproblematiek en te werken aan de bewustwording rond de risico's van wapenbezit. Van de zijde van de gemeenten wordt dit evenwel weer genuanceerd: "Wij vonden de periode lang, omdat al het communicatie materieel gericht was op de wapen inleveractie en 5 weken voorafgaand aan de week zelf is voor jongeren heel lang." In meerdere gemeenten is de eigen lokale campagne daarom later uitgevoerd en niet tegelijk met de landelijke campagne van start gegaan.

In de enquête is de politie gevraagd naar het gebruik van het materiaal dat specifiek ontwikkeld was voor de inleverlocaties. Dit materiaal bestond uit een raamposter met een vooraankondiging van de inleveractie, een raamposter voor het politiebureau als inleverlocatie en gadgets voor de inleveraars

van wapens. In tegenstelling tot de lokale communicatie-uitingen voor de gemeenten kon de politie het materiaal voor de inleverpunten direct bij de landelijke organisatie bestellen. Vrijwel alle respondenten van de politie blijken het beschikbare materiaal gebruikt te hebben.

#### Enquête politie (vraag 4)

Voor de campagne was materiaal ontwikkeld speciaal voor de inleverlocaties. Heeft u dit materiaal gebruikt?

- ja, we hebben materiaal voor de inleverlocaties gebruikt
- nee, we hebben geen materiaal voor de inleverlocaties gebruikt
- weet niet, geen mening

Tabel 29. Politie over gebruik van het materiaal voor de inleverlocaties

	politie	
materiaal gebruikt	37	97%
materiaal niet gebruikt	1	3%
weet niet, geen mening	-	-
<b>totaal</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Het meest gebruikt is de poster voor het politiebureau als inleverlocatie, gevolgd door de gadget. Veel respondenten zijn kritisch over de verlate bezorging van de gadgets<sup>18</sup>: "De gadgets kwamen te laat binnen, waardoor ik nu nog een hele berg over heb, wat zonde is. Ik moet er bij zeggen dat het wel heel erg netjes opgelost is door gadgets elders te bestellen en te versturen." Ook de distributie van de posters loopt niet altijd vlekkeloos: "Omdat de betrokken ambtenaar niet heeft overlegd en het kennelijk ook niet had begrepen, had ik veel te veel (500 posters..)"

Als u het materiaal voor de inleverlocaties heeft gebruikt, kunt u dan aankruisen welk materiaal dit was (meerdere antwoorden mogelijk):

- raamposter met de vooraankondiging van de inleveractie
- raamposter over de inleverlocatie
- gadgets voor de inleveraars

Tabel 30. Politie over het gebruikte materiaal voor de inleverlocaties

	politie
poster vooraankondiging	25
poster inleverlocatie	31
gadgets	27

Een kleine meerderheid van de politie geeft aan materiaal voor de inleverpunten gemist te hebben. Zo wijst een respondent op het ontbreken van informatieve posters: "De poster met 'Drop je knife hier' kon opgehangen worden bij de inleverlocaties, maar een meer algemene poster over hoe en waarom ontbrak. Hier was wel behoefte aan. De wens is om dergelijke informatieve posters op te hangen op scholen etc. Zou mooi zijn als op deze posters ruimte wordt gelaten om inleverpunten te benoemen, dit kan dan handmatig worden toegevoegd." In het verlengde hiervan merkt een andere respondent op dat de poster oproept om 'hier' je wapen in te leveren, terwijl het goed zou zijn om ook posters op te hangen op een school of jeugdsoos die verwijzen naar het inleverpunt zonder het woordje 'hier'. Blijkbaar is bij een deel van de politie onvoldoende de relatie gelegd met de lokale toolkit voor de gemeenten met daarin campagnemateriaal dat op andere locaties opgehangen kan worden dan het politiebureau. Weer een ander zou als afzender onder de posters bij voorkeur een combinatie van politie, gemeente, ministerie en OM gezien hebben, omdat de actie valt onder het domein 'openbare orde en veiligheid' en de politie niet de regie heeft over de inleveractie. Ten slotte

<sup>18</sup> Zie hoofdstuk 9.



is de wens geuit om meer variëteit te bieden in het type gadgets. De communicatieadviseurs bij de politie misten social media content voor de bureaus. Zij hebben een Instagram post ontwikkeld.

*Ontbrak er materiaal dat u graag voor de inleverlocaties opgenomen had gezien?*

nee, het materiaal voor de inleverlocaties was compleet

ja, ik miste materiaal voor de inleverlocaties, namelijk:

.....

.....

.....

.....

.....

weet niet, geen mening

Tabel 31. Politie over de volledigheid van het materiaal voor de inleverlocaties

	politie	
materiaal compleet	16	44%
materiaal niet compleet	20	56%
weet niet, geen mening	-	-
<b>totaal</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

Eerder in dit eindverslag is het al licht aangestipt: de inhoudelijke kritiek op de campagne boodschap. In de vraag of de lokale en landelijke campagne voldoende aansloten bij de belevingswereld van de jeugd, is ruimte geboden voor een kritische beschouwing op het ontwikkelde concept. Slechts 11% van de gemeenten en 8% van de politie vindt dat de campagne goed aansloot bij de leefwereld van de jongeren. De andere respondenten bekritisieren vooral het gebruik van halve straattaal door de overheid: "Mijn communicatie-collega vindt de combinatie van de teksten en afzender niet bij elkaar passen. 'Net de keurige opa die populair wil doen'. Doorgaans sla je dan de plank mis. Overigens kreeg de campagne daardoor wel veel media-aandacht - dat helpt dan weer wel." Daarnaast valt de slogan 'doe wat met je life' niet goed, omdat deze een negatieve, stigmatiserende en veroordelende lading heeft. Verder wordt gewezen op regionale verschillen in gebezigde straattaal en onvoldoende aansluiting bij de belevingswereld van de dorpse jeugd. Sommige gemeenten kiezen er daarom voor de inleveractie te begeleiden door eigen campagnemateriaal. In de visie van een gemeente kunnen jongeren het beste bereikt worden door hen direct aan te spreken en met hen in gesprek te gaan via de school of het jongerenwerk. Creëren van bewustwording is daarbij belangrijker dan inzetten op het inleveren van wapens. Filmpjes zouden het ook beter doen dan teksten: "Er is hier hard gelachen om de slogans, maar het filmpje van de influencer (hoe snel ben je slachtoffer/dader van een steekincident) vond men interessant."

Vergelijkbare kritische geluiden zijn te beluisteren bij respondenten van de politie. Zij benadrukken daarnaast het belang van regionaal maatwerk in campagnes voor jongeren: "Er is echt een verschil tussen grootstedelijke diverse jeugd, middel-stedelijke jeugd en plattelandsjeugd. Deze verschillen zouden onderkend moeten worden." Een veel geuit advies is 'experts van de straat' te betrekken bij de ontwikkeling van een dergelijke campagne. Meerdere respondenten wijzen erop dat het vooral oudere volwassenen zijn die vuurwapens komen inleveren. Dit vraagt om een meer-sporen strategie in de communicatie. Het uitgangspunt wordt onderschreven: "De stelling dat het bezit van een wapen kan leiden tot daadwerkelijk gebruik van dit wapen in een conflictsituatie was goed." Maar de politie kijkt liever breder dan een campagne: "Er is veel tijd en energie gestoken in de campagne maar de jeugd zal niet zo snel wapens in gaan leveren. Simpelweg omdat ze dat wapen met een reden dragen. Deze reden moet weggenomen worden in plaats van het gevolg teniet te doen. Een campagne gaat niet bijdragen aan het oplossen van het probleem dat jeugdigen wapens bij zich dragen." Of in de woorden van een collega: "Benadering van deze jeugd vraagt een andere aanpak en andere wijze van communicatie. Een meer proactieve aanpak, aanwezig op scholen, samen met jongerenwerkers, OM, Halt etc, dat levert vermoedelijk meer op."

De communicatieadviseurs van de politie voegen eraan toe dat met hun betrokkenheid de campagne verrijkt had kunnen worden met voor de jeugd aansprekende voorbeelden uit de praktijk.

*Vindt u dat de campagne via het lokale en landelijke campagnemateriaal voldoende aansloot bij de belevingswereld van de jeugd?*

- de campagne sloot goed aan bij de belevingswereld van de jeugd
- de campagne sloot redelijk aan bij de belevingswereld van de jeugd
- de campagne sloot niet goed aan bij de belevingswereld van de jeugd
- weet niet, geen mening

*Tabel 32. Gemeente en politie over de aansluiting van het materiaal bij belevingswereld jeugd*

	gemeenten		politie	
campagne sloot goed aan	6	11%	3	8%
campagne sloot redelijk aan	25	46%	18	49%
campagne sloot niet aan	15	27%	11	30%
weet niet, geen mening	9	16%	5	13%
<b>totaal</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

## 11. Oktober 2021: de inleverweek

### 11.1 Instructie politie

Voor de politie zijn aanvullende instructies benodigd over de inleveractie. Het gaat dan specifiek om het optreden voor, tijdens en na de inleverweek, de logistieke ondersteuning en specifieke punten van aandacht zoals de instructie van baliemedewerkers op de politiebureaus. De uitgangspunten zijn hieronder beschreven.

#### Acties Inleveractie Wapens 2021 - 5

- informeren van de basisteams over de landelijke inleveractie en begeleidende communicatie, onder gelijktijdige vermelding van de lokale contactpersoon
- opstellen van een draaiboek voor het innemen en afhandelen van ingeleverde steekwapens, waarin ook aandacht is voor het omgaan met personen die tijdens de inleverweek met een wapen op straat aangetroffen worden

#### *Inleveren van steekwapens*

De politie moet zich voorbereiden op de inleveractie. Organisatorisch gaat het om het aanwijzen van de bureaus waar steekwapens ingeleverd kunnen worden, het bepalen van de openingstijden tijdens de inleverweek en van de capaciteitsinzet voor de bemensing van de bureaus. Uitgangspunt is dat er steeds toezicht is op ingeleverde wapens. Logistiek betreft het de plaatsing en het gebruiksklaar maken van de inlevertonnen op de bureaus en het ophangen van het geleverde campagnemateriaal.

Steekwapens kunnen straffeloos en anoniem ingeleverd worden. Dit betekent dat de politie erop bedacht moet zijn dat tijdens de inleverweek personen zich op weg naar het bureau kunnen begeven om hun wapen in te leveren. Een proces-verbaal kan dan niet aan de orde zijn. Andersom mag de inleverweek geen vrijbrief zijn om met een wapen rond te lopen voor criminele doeleinden. Dit vergt extra alertheid van de politie.

Er zijn geen verdere administratieve handelingen benodigd tijdens het inleveren van deze wapens. Wel dient de politie na afloop van de inleverweek de ingeleverde wapens te tellen en zorg te dragen voor de afvoer en vernietiging van deze steekwapens. Daarbij dient er ook rekening mee gehouden te worden dat het inleveren van steekwapens na de inleverweek nog even kan na-ijlen.

#### **Stroomschema inleveren steekwapens**



#### *Inleveren van vuurwapens*

De politie dient er - ook in gemeenten met een focus op steekwapens - op voorbereid te zijn dat ook andere wapens dan steekwapens ingeleverd kunnen worden. In principe worden deze zware wapens altijd door bevoegde specialisten - discreet in burger - thuis opgehaald. Daarmee worden risicovolle situaties tijdens het transport over straat en op het bureau voorkomen. Het ophalen van het wapen

gaat vergezeld van het opstellen van een KVI/afstandsverklaring en verifiëren en noteren van de identiteitsgegevens van de inleveraar. De coördinatie van huisbezoeken gebeurt op districtsniveau.

Na de inbeslagname wordt een vuurwapen ontladen en veiliggesteld door een gecertificeerde medewerker. Bij alle ingeleverde vuurwapens volgt onderzoek naar gebruikssporen (schietproef) en DNA-onderzoek om vast te stellen of het wapen gebruikt is bij strafbare feiten. In concrete gevallen kan de politie hiervan afwijken, als het type en de staat van het wapen hiertoe aanleiding geven, bijvoorbeeld als het gaat om een wapen uit de Tweede Wereldoorlog dat decennia lang 'op zolder' heeft gelegen. Uitgangspunt is de afweging of het naar professioneel inzicht aannemelijk is dat met het onderhavige vuurwapen een misdrijf gepleegd kan zijn.

Op de dag van het vrijwillig afgeven van een vuurwapen informeert de politie het OM hierover. Na ommekomst van het sporen- en DNA-onderzoek maakt ze proces-verbaal op, dat ze direct naar het OM opstuurt. Als uit het onderzoek gebleken is dat het vuurwapen niet gebruikt is voor het plegen van een strafbaar feit, neemt de officier van justitie een beslissing tot sepot op basis van code 20 (geen strafvervolgning omdat andere maatschappelijke belangen prevaleren) en registreert dit samen met de KVI/afstandsverklaring en het onderzoeksresultaat in het eigen systeem GPS. De inleveraar krijgt een bericht per post dat het vuurwapenbezit geseponeerd is.

#### Acties Inleveractie Wapens 2021 - 6

- toevoegen van het Protocol afhandelen aangetroffen vuurwapens en munitie als bijlage bij het draaiboek voor de inleveractie van steekwapens

#### *Landelijke informatievoorziening*

De politie-experts die vanuit de werkgroep Communicatie en Inleveractie in de landelijke organisatie zaten, hebben diverse activiteiten ontplooid om de politie in het land te informeren. Zo hebben ze de Regionale Service Centra (RSC) benaderd en een briefings-dia opgesteld. De RSC's zijn vooral van belang voor het beantwoorden van telefoontjes van mensen die vuurwapens willen inleveren. Ook hebben ze de afdelingen Wapens, Munitie en Explosieven (WME) en Zorg en Veiligheid over de inleveractie geïnformeerd. De meldingen van burgers die vuurwapens willen inleveren, zetten de RSC's door naar WME. Verder hebben deze politie-experts afspraken gemaakt met de Keten Beslag Huizen (KBH's) over het ophalen van ingeleverde wapens, ook op locaties buiten de politiebureaus. Daarbij is aandacht is gevraagd voor het tussentijds afvoeren van wapens, als de inleveren in de loop van de week vol raakt. Voorts is gevraagd rekening te houden met de lokale wens om na afloop van de inleverweek een foto te maken van de ingeleverde wapens voor publiciteitsdoeleinden. Ten slotte hebben de politie-experts een instructie voor baliemedewerkers op de bureaus gemaakt.

### 11.2 Startschot van de inleverweek



Op 11 oktober 2021 brengt minister Dekker voor Rechtsbescherming een werkbezoek aan Den Haag dat in het teken staat van wapenbezit en -gebruik onder jongeren en in het bijzonder de start van de inleveractie in 218 gemeenten. Na de ontvangst op het politiebureau Jan Hendrikstraat krijgt hij een kijkje in de controlekamer van de wachtcommandant, waar camerabeelden van de stad gevolgd worden. In het vergaderzaaltje ligt een assortiment aan wapens die eerder in beslag genomen zijn. Ook zijn beelden getoond van de opbrengst van de vorige inleveractie in Den Haag (669 wapens). Agenten hebben verteld over de dagelijkse praktijk van wapenbezit en -gebruik onder jongeren en de achtergrond van deze jongeren. Terug in de ontvangstruimte van het politiebureau heeft minister

Dekker samen met teamchef Mukta Henning het startschot gegeven voor de landelijke inleverweek door een poster op te hangen. Ook nam de minister een kijkje in de inleverton. Wandelend gaat het gezelschap daarna naar de jongerenlocatie op het Helena van Doeverenplantsoen, waar de minister met enkele jongerenwerkers gesproken heeft over de band die ze met de jeugd opbouwen. Na een korte meeting met de schoonmaakploeg (niet op het programma) nam de minister afscheid.



### 11.3 Werkbezoek bewustwordingscampagne

Ook minister Grapperhaus van Justitie en Veiligheid legt tijdens de inleverweek een werkbezoek af. Op 14 oktober is hij in Hoofddorp, waar hij met name geïnformeerd is over bewustwording over wapenbezit en -gebruik onder jongeren. Na de ontvangst door burgemeester Marianne Schuurmans van Haarlemmermeer neemt hij plaats in de politiebus bij de pop-up inleverlocatie. Hier spreekt hij met een OOV-medewerkster over de campagne You Choose, die door Haarlemmermeer ontwikkeld is. Onderdeel van deze campagne is een VR game, waarin je het verloop van wapenbezit en -gebruik zelf kan beïnvloeden. Ten slotte heeft de minister met de adjunct-directeur van Altra College (VSO) gesproken over het betrekken van scholen en ouders bij het tegengaan van de wapenproblematiek onder de jeugd. Buiten de politiebus voert de minister diverse gesprekken. De politie informeert hem over de wapenproblematiek in de gemeente. Jongerenwerkers en handhavers spreken over de contacten met de jeugd. Er is ook veel publiek op de been, dat de minister om handtekeningen en selfies vraagt. Bovendien staat de minister de pers te woord. Bezienswaardigheden buiten de politiebus zijn de inleverton en een crime scene met een dode pop die 'gesneuveld' is door een wapen.



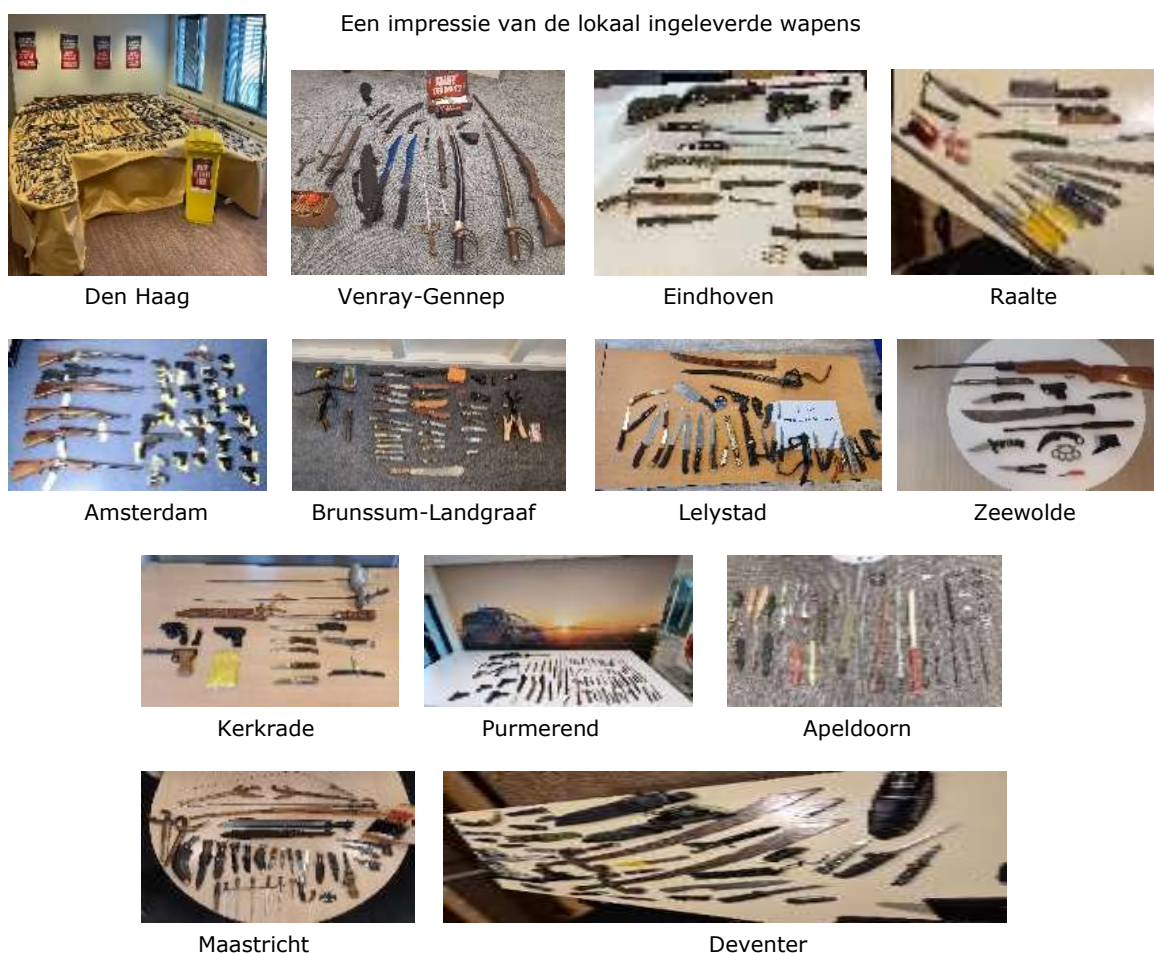
### 11.4 Resultaten inleverweek

Na ommekomst van de inleverweek is het moment aangebroken om de informatie over de inleverde aantallen wapens te verzamelen. Ook hiervoor is in het draaiboek voorzien in een bijlage, die binnen vier dagen naar de landelijke organisatie verstuurd dient te worden. Dankzij extra inspanningen van de communicatieadviseurs van de politie lukt het vrijwel alle gegevens op vrijdag 22 oktober 2021 binnen te hebben en kan het persbericht conform planning op die dag verstuurd worden. Volgens de voorlopige telling zijn in de 218 gemeenten zo'n 3.300 wapens ingeleverd, waaronder ruim 2.000 messen, 200 andere steekwapens, bijna 500 vuurwapens en 600 overige wapens. Naderhand druppelen

nog wat aanvullingen op de eerder opgegeven cijfers binnen en geven ook de laatste bureaus hun aantallen door. Daardoor komt de definitieve telling op bijna 3.500 inleverde wapens, exclusief een grote hoeveelheid munitie.

Tabel 33. Definitieve aantal ingeleverde wapens, exclusief munitie

type wapen	aantal
messen	2.108
overige steekwapens	250
vuurwapens	228
wapens met een loop (dwz zonder kruitgebruik)	306
explosieven	9
overige wapens	585
<b>totaal</b>	<b>3.486</b>



## 11.5 Terugblik en evaluatie

De landelijke organisatie kijkt met veel tevredenheid terug op het verloop van de inleveractie en het grote aantal wapens dat ingeleverd is. De resultaten hebben veel aandacht in de landelijke en lokale media gekregen, wat bijgedragen heeft aan de bewustwording over de onwenselijkheid van wapens in onze samenleving. Ook de werkbezoeken van de bewindslieden waren geslaagd en leverden een gevarieerd beeld van de wapenproblematiek.

De lokale inzet verdient een grote pluim. Uit de enquête blijkt dat er tal van begeleidende activiteiten rond de inleverweek georganiseerd zijn. Van de gemeentelijke respondenten geven 54 een overzicht van hun inzet. Deze varieert van extra communicatie, ook via social media, en de inzet van podcasts,

rolmodellen, tekstkarren en campagnebussen tot dialoogavonden met vaders en zonen en moeders en jongeren en het plaatsen van online verhalen. In samenwerking met jongerenwerk, welzijnswerk, jeugdboa's, cultuurcentra, sportverenigingen, straatcoaches, jeugdhonken, jeugdreclassering, het COA en scholen is het gesprek met jongeren over wapenbezit en -gebruik gevoerd. Eén gemeente heeft een ex-militair en thans eigenaar van een (vecht)sportschool laten optreden tijdens een informatieavond voor jongeren. Verder zijn creatieve activiteiten georganiseerd zoals graffiti spuiten en textiel bedrukken met teksten tegen wapens. Er zijn rappers ingehuurd, clips gemaakt en er is een crime scene gebouwd. Op scholen is de leskaart ingezet, zijn Halt-lessen gegeven en na afloop van de inleverweek zijn preventieve kluisjescontroles uitgevoerd. Er is geflyerd in winkelcentra. Ook zijn ouders en buurtbewoners betrokken en is de actie kracht bijgezet via de burgemeester, onder meer via een persmoment, de inzet van zijn quotes of zijn deelname aan een podcast.

Ook 38 respondenten van de politie geven een mooi zicht op de ondernomen activiteiten. Veel inzet ligt bij de jeugdagent en (digitale) wijkagent, waarbij vaak sprake is van een nauwe samenwerking met de gemeente en het jongerenwerk. De politie is op scholen geweest en heeft - ook via mobiele inleverpunten en tijdens spreekuren in kleine dorpen - gesprekken met jongeren gevoerd. Ze heeft de inleveractie gepromoot in wijkcentra, buurthuizen en via winkelcentra: "Denk hierbij aan een bakkerij tegenover een school waar veel jongeren een broodje halen tussen de middag." Verder zijn filmpjes met influencers gemaakt, een podcast, alsmede een interactieve quiz door een team van jeugdagenten, social media contactpersonen, politiegamers en jongerenwerk. De eigen social media kanalen zijn ingezet en er zijn interviews gegeven aan de lokale krant. Een speurtocht voor de jeugd is georganiseerd en een voetbaltoernooi tussen politie en jongeren. De politie heeft zelfs mokken laten maken met de (eigen) campagneboodschap. De respondenten noemen daarnaast regelmatig de inzet die gepleegd is voor de coördinatie, logistiek en interne communicatie, zoals het informeren van de politieteams over de inleveractie en het monitoren van de ingeleverde wapens zodat hierop eventueel bijgestuurd kan worden.

Bij het OM is een extra inzet - zoals te verwachten was - veelal niet aan de orde. Eén respondent meldt dat de hoofdofficier van justitie een interview gegeven heeft in de regionale krant, dat in alle zeven edities verschenen is, waarvan in zes op de voorpagina.

#### **Enquête gemeente (vraag 11) en politie (vraag 10)**

*Als landelijke organisatie zijn we benieuwd of en hoe u tijdens de inleveractie extra inzet heeft gepleegd, afgezien van de inzet van campagnemateriaal. Heeft u bijvoorbeeld samenwerking gezocht met scholen, het jongerenwerk of ouders. Of zijn andere kanalen ingezet om jongeren te bereiken? Bijvoorbeeld via social media. We stellen het op prijs als u onderstaand puntsgewijs een overzicht wil geven van de activiteiten die door de politie lokaal zijn uitgevoerd.*

#### **Enquête OM (vraag 6)**

*Als landelijke organisatie zijn we benieuwd of en hoe u tijdens de inleveractie extra inzet heeft gepleegd. Heeft u bijvoorbeeld specifieke kanalen ingezet om jongeren aan te moedigen om wapens in te leveren? Bijvoorbeeld via social media. We stellen het op prijs als u onderstaand puntsgewijs een overzicht wil geven van de activiteiten die door het OM lokaal zijn uitgevoerd.*

Zoals eerder geschreven, waren in het projectplan Inleveractie Wapens 2021 drie risico's voorzien, waarvan de eerste betrekking had op een gebrek aan animo onder gemeenten om aan te sluiten.<sup>19</sup> Het tweede en derde risico waren respectievelijk een gebrek aan animo om wapens in te leveren en de kans op wapen-gerelateerde inleverincidenten. Geen van beide risico's heeft zich voorgedaan. Hierbij zij aangetekend dat een landelijk instrument überhaupt ontbrak om het verloop te monitoren. Beheersmaatregelen gericht op bijsturen, bijvoorbeeld door de communicatie in de inleverweek te intensiveren, zouden daardoor op voorhand lastig te verwezenlijken zijn.

In de enquête is gevraagd of zich knelpunten hebben voorgedaan bij de lokale voorbereiding en uitvoering. Ruim een derde van de gemeenten beantwoordt deze vraag bevestigend. Veel genoemd

---

<sup>19</sup> Zie paragraaf 5.3.

is het gebrek aan voorbereidingstijd, waardoor de inleveractie niet optimaal voorbereid kon worden. Hieraan is de zomervakantie mede debet, maar ook een verlaat moment van besluitvorming om aan te haken bij de landelijke actie kan een rol spelen. Vooral voor het enthousiasmeren van scholen is er te weinig tijd: hun planning zit grotendeels al vol en het feit dat corona nog steeds woedt, is ook niet behulpzaam. Bovendien zijn veel scholen onwillig om mee te doen uit angst voor imagoschade. Enkele gemeenten merken op dat de geïnvesteerde tijd in verhouding moet staan tot de verwachte opbrengst: "Uiteindelijk kostte het meer uitvoeringstijd dan ingepland was. Vooraf hadden we al ingeschat dat dit niet in verhouding is met de 'buit' die we gaan ophalen, maar de boodschap die we hebben uitgedragen, was helder." Een tweede knelpunt dat regelmatig genoemd wordt, zijn wrijvingen in de samenwerking met andere partijen en afspraken over de taakverdeling: "Het blijft lokaal een aandachtspunt om rollen en taken goed te verdelen, zodat het ook leuk en behapbaar blijft om zo'n actie in goede banen te leiden." Het aanwijzen van één contactpersoon bij de politie kan onderlinge ruis voorkomen. Ook meningsverschillen over nut en noodzaak om bij de inleveractie aan te sluiten kunnen de samenwerking negatief beïnvloeden: "Het zou ons heel erg geholpen hebben, wanneer deze organisaties (*lees de politie en het OM*) echt centraal een standpunt hierover hadden ingenomen." Een derde categorie ervaren knelpunten heeft betrekking op zowel de logistieke organisatie als de campagne. Het aanwijzen van politiebureaus als inleverpunt krijgt her en der kritiek, omdat dit de drempel voor het inleveren verhoogt. Ook de korte openingstijd van sommige bureaus wordt genoemd: "Openstelling politiebureau als inleverpunt op maar één ochtend is achteraf te kort." Zoals in het vorige hoofdstuk beschreven, zijn respondenten ook kritisch over de campagne, de lange campagneperiode van vier weken, het communicatiemateriaal en late aanlevering daarvan.

Bij de politie geeft een meerderheid van de respondenten aan knelpunten ervaren te hebben in de voorbereiding en uitvoering van de inleveractie. Ook hier is een deel van de opmerkingen gericht op de samenwerking: "Ik heb de samenwerking gezocht met de projecttrekkers vanuit de gemeenten. Dat verliep zo stroperig en moeizaam dat ik me bezig heb moeten houden met het proces op zich." Soms noemt de politie als knelpunt dat bepaalde gemeenten niet willen meedoen met de actie. Hoewel het draaiboek per activiteit aangeeft wie hiervoor verantwoordelijk is, kan het verdelen van de taken tussen de gemeente en politie toch tot ruis leiden. Ook wijzen sommige respondenten op de extra tijd die de afstemming met de gemeente kost en het gebrek aan capaciteit bij de politie. Maar het kan ook goed gaan: "Ik ben geen knelpunten tegengekomen. Dit komt ook doordat wij vanuit de politie duidelijk afgebakend hadden wat onze rol zou zijn. Hierdoor konden wij het organisatorisch goed regelen." Een tweede categorie ervaren knelpunten is gericht op logistieke zaken, zoals de reisafstand voor het inleveren van wapens in een naburige gemeente als er geen politiebureau in de eigen gemeente is en het ontbreken van bureaus met een publieksfunctie in sommige gemeenten, waardoor hiervoor extra capaciteit geregeld moest worden. Ook noemen respondenten het prepareren en ophalen van de inlevertonnen en de late aanlevering van (een deel van) het campagnemateriaal. Een derde categorie knelpunten heeft te maken met het inleveren van de wapens. Het proces rond het inleveren van nepwapens was niet eenduidig. Datzelfde geldt voor het inleveren van vuurwapens in gemeenten zonder focus op deze categorie. In één gemeente kwamen oudere mensen de wapens al voor de inleverweek inleveren. Overigens waren hierover wel instructies gegeven door de politie-experts die deel uitmaakten van de landelijke organisatie. Ten slotte meldt een respondent dat er anoniem gas explosieven in de inleverton gedeponeerd waren, wat een gevaarlijke situatie opleverde.

#### **Enquête gemeente (vraag 12) en politie (vraag 12)**

*Bent u bij de lokale voorbereiding en uitvoering van de inleveractie op specifieke knelpunten gestuit?*

- ja, we zijn op knelpunten gestuit bij de voorbereiding en uitvoering van de inleveractie
- nee, er waren geen knelpunten bij de voorbereiding en uitvoering
- weet niet, geen mening

*Als u op knelpunten bent gestuit, kunt u deze dan onderstaand toelichten?*



Tabel 34. Gemeente en politie over knelpunten in de voorbereiding en uitvoering

	gemeenten		politie	
ja, knelpunten	20	36%	22	56%
nee, geen knelpunten	32	57%	16	41%
weet niet, geen mening	4	7%	1	3%
<b>totaal</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

Een enkele opmerking kan gemaakt worden over de communicatie rond de resultaten. Van tevoren had de landelijke organisatie een voorkeur uitgesproken voor het gezamenlijk op vrijdag 22 oktober naar buiten treden over de landelijke, lokale en regionale opbrengst. In de praktijk bleek dat niet in alle eenheden houdbaar, mede vanwege druk vanuit de media. De vrees vooraf dat dit tot een versnipperd beeld zou leiden, werd niet bewaarheid. Wel bleek dat de regionaal gecommuniceerde aantallen soms afweken van de cijfers die de landelijke organisatie ontving. Het tijdig aanleveren van bijlage 7 met de aantallen ingeleverde wapens bleek opnieuw een zorgpunt. Dankzij de inzet van de communicatieadviseurs van de politie, die hun contactpersonen onvermoeibaar maanden om de cijfers door te geven, waren op 22 oktober alsnog vrijwel alle (voorlopige) resultaten binnen. De communicatieadviseurs van de politie geven nog als tip mee om tijdens de inleverweek tussentijds te communiceren over de resultaten, bijvoorbeeld door de media te melden wanneer een container halverwege de inleveractie al vol was.

Elk wapen dat van straat gehaald wordt, is winst. De vraag is natuurlijk wel of de beoogde doelgroep met de inleveractie bereikt is. Vanwege het anoniem inleveren zijn daarover geen stellige uitspraken te doen. In de enquête is de politie gevraagd of ze een inschatting kan maken of steekwapens al dan niet in meerderheid door jongeren ingeleverd zijn. De meeste respondenten geven aan deze vraag niet te kunnen beantwoorden. Van degenen die zich wel wagen aan een schatting, denkt een kwart dat meer dan de helft van de wapens door jongeren ingeleverd is. Terzijde wordt opgemerkt dat ook ouders wapens van hun kinderen ingeleverd hebben. Vuurwapens konden niet anoniem ingeleverd worden en daarvan geeft de politie aan dat deze vooral door ouderen overhandigd zijn.

#### Enquête politie (vraag 11)

*Tijdens de inleverweek konden steek-, slag- en stootwapens anoniem ingeleverd worden. Kunt u desondanks toch een inschatting maken of deze wapens vooral ingeleverd zijn door jongeren in de leeftijdsgroep tot 25 jaar?*

- nee, ik had geen zicht op de anonieme inleveraars
- ja, ik schat in dat meer dan de helft van de wapens ingeleverd is door jongeren tot 25 jaar
- ja, ik schat in dat minder dan de helft van de wapens ingeleverd is door jongeren tot 25 jaar

Tabel 35. Inschatting politie ingeleverde wapens door jongeren

	politie	
geen zicht	25	68%
> helft door jeugd	3	8%
< helft door jeugd	9	24%
<b>totaal</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

## 12. November 2021: de afronding

### 12.1 Lopende zaken

#### *Afhandeling ingeleverde wapens*

Aanvankelijk is het de bedoeling om niet alleen de distributie van de inlevertonnen, maar ook het ophalen van deze tonnen na ommekomst van de inleverweek centraal te organiseren. Na voortschrijdend inzicht is besloten de inlevertonnen centraal in de eenheden op te slaan, zodat deze binnen handbereik zijn wanneer besloten wordt tot herhaling van de landelijke inleveractie. Ook kunnen ze van pas komen als een lokaal of regionaal initiatief voor een inleveractie geïnitieerd wordt. De ingeleverde wapens zijn inmiddels allemaal opgehaald en vervoerd naar een centrale locatie, waar ze vernietigd zijn. Van het schroot zal kunstenaar David Bade in Zaanstad een kunstwerk maken, samen met de jeugd en buurtbewoners, dat naar verwachting in de zomer van 2023 onthuld zal worden. Eerder deed David Bade een vergelijkbaar traject in Den Haag na de regionale inleveractie in mei 2021.



*Haags kunstwerk*

#### *Wob-verzoeken*

Na ommekomst van de inleverweek hebben zowel de politie als het ministerie een wob-verzoek ontvangen. Het wob-verzoek voor de politie kwam van een universiteit en had betrekking op nader inzicht in de ingeleverde wapens. In het wob-verzoek voor het ministerie is gevraagd naar alle documenten over de voorbereiding voor de campagne 'Drop je knife en doe wat met je life'. Hiervoor zijn ruim 1.300 pagina's verzameld.<sup>20</sup>

#### *Eindverslag en evaluatie*

Ten slotte is na afloop van de inleverweek dit eindverslag ter hand genomen, gecombineerd met een enquête onder de contactpersonen van de gemeenten, politie en OM, waarvan de laatste ingevulde enquêtes op 3 januari 2022 ontvangen zijn.

### 12.2 Terugblik en evaluatie

De boodschap dat de inleverlocaties naderhand zelf verantwoordelijk zijn gesteld voor het afvoeren van de inlevertonnen naar een centrale locatie in de eenheid, is niet overal goed begrepen. Door deze afwijking van het draiboek was her en der aanvullend optreden nodig, met name voor inleverpunten die niet onder de politiebureaus vielen. In een volgende landelijke inleveractie verdient het aanbeveling dit toch centraal te regelen. Hoewel de politie-experts in de landelijke organisatie afspraken hadden gemaakt met de Regionale Service Centra (RSC), de afdelingen Wapens, Munitie en Explosieven (WME) en Keten Beslag Huizen (KBH's) en de contactpersonen bij de politie hierover geïnformeerd hebben, blijken deze afspraken slechts bij de helft van de respondenten van de politie bekend. Dit geldt in het bijzonder voor de afspraken met de KBH's (13), op de voet gevolgd door de afspraken met de RSC's en afdelingen WME (beiden 10 onbekend). Sommige respondenten merken op dat ook medewerkers bij KBH niet altijd op de hoogte zijn van de afspraken: "Medewerkers van het KBH wisten van niets, na uitleg was er ook geen bereidheid om er iets mee te doen." Datzelfde geldt voor de RSC's: "Wij hadden een medewerker van RSC die een mevrouw adviseerde om met de vuurwapens naar het politiebureau te gaan om ze daar in te leveren. Dit resulteerde in een vrouw die zich erg ongemakkelijk voelde met vuurwapens van haar overleden man, die met meerdere *geladen* vuurwapens naar het politiebureau kwam." Met het ophalen van de wapens door de KBH's is het overal wel goed gekomen. Het centraal opslaan van de inlevertonnen ijde nog lang na. Eén respondent beklagt zich over een overdaad aan informatie van de landelijke organisatie: "Er werden ontzettend veel mails met lappen tekst en bijlagen verstuurd, waardoor het allemaal onoverzichtelijk werd. Kort en bondig, met het liefst 1 contactpersoon die het organiseert. Nu waren er te veel zogenaamde kapiteins op het schip."

<sup>20</sup> [Besluit op Wob-verzoek mbt de overheids campagne Drop je knife en doe wat met je life | Wob-verzoek | Rijksoverheid.nl](#)

### Enquête politie (vraag 9)

Met de RSC's, KBH's en afdelingen WME zijn landelijk afspraken gemaakt over hun inzet tijdens de inleveractie. Waren deze afspraken voor u voldoende bekend en duidelijk?

- ja, de afspraken met het RSC, het KBH en de afdeling WME waren bekend en helder
- nee, ik was onvoldoende bekend met de afspraken met (meerdere antwoorden mogelijk):
  - RSC
  - afdeling WME
  - KBH
- weet niet, geen mening

Tabel 36. Bekendheid politie afspraken met RSC, KBH en WME

	politie
ja, bekend	20
nee, niet bekend	4
nee, RSC niet bekend	10
nee, WME niet bekend	10
nee, KBH niet bekend	13
weet niet, geen mening	1

In dit eindverslag is de nadruk gelegd op zaken die bij de organisatie van een landelijke inleveractie verbetering behoeven. Daarmee kan bij een eventuele herhaling rekening gehouden worden. Veel zaken gingen natuurlijk ook wel gewoon goed. De landelijke en lokale aandacht die gegeneerd is, heeft sterk bijgedragen aan de bewustwording van de problematiek en ook het aantal ingeleverde wapens stemt de landelijke organisatie tot tevredenheid. Om te peilen of een vergelijkbaar gevoel bij de deelnemers overheerst, is gevraagd of de landelijke inleveractie gefaciliteerd door het ministerie voor herhaling vatbaar is. Bijna alle respondenten van de gemeente (96%) stellen een herhaling op prijs: "Wapenbezit is een probleem dat te maken heeft met bewustwording en gedragsverandering, dat is een langdurig proces. Daarom is herhaling goed en bij jongeren werkt herhaling. Een landelijke inleveractie geeft veel meer aandacht dan een lokale inleveractie." Eén gemeente hecht niet aan herhaling, omdat de actie bij hen te weinig opgeleverd heeft. De gemeente die geen mening heeft, vraagt zich af of het beoogde doel met een inleveractie bereikt kan worden of dat juist andere interventies benodigd zijn.

### Enquête gemeente (vraag 13), politie (vraag 13) en OM (vraag 8)

Zou u het op prijs stellen als de landelijke inleveractie in de toekomst herhaald zou worden, gefaciliteerd door het ministerie van Justitie en Veiligheid?

- ja, een herhaling van de landelijke inleveractie juich ik toe
- nee, de landelijke inleveractie hoeft niet herhaald te worden
- weet niet, geen mening

Tabel 37. Voorkeur voor herhaling van de landelijke inleveractie

	gemeenten		politie		OM	
ja, herhalen	55	96%	33	83%	3	75%
nee, niet herhalen	1	2%	4	10%	1	25%
weet niet, geen mening	1	2%	3	7%	-	-
<b>totaal</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

Bij de politie (83%) en het OM (75%) ligt de animo voor herhaling iets lager. Enkele respondenten van de politie betwijfelen het nut van herhaling, omdat de juiste doelgroep niet bereikt is: "Ik denk niet dat de juiste doelgroep bereikt wordt, waardoor ik de tijd die erin geïnvesteerd moet worden, niet in verhouding vind staan met het resultaat. Maar gezien het resultaat in het team was er wel

behoefte aan zo'n actie." Een ander merkt op: "Daarnaast moet er altijd kritisch gekeken worden of wapen-inleveracties zinvol zijn, gezien de lokale problematiek, eventuele maatschappelijke onrust, beschikbare capaciteit en de onderliggende cijfers. Het meedoen aan de wapen-inleveractie moet geen doel op zich zijn." De respondent van het OM die de actie niet voor herhaling vatbaar vindt, sluit zich hierbij aan: "Het kost veel capaciteit van de politie en het OM en vervolgens is de opbrengst ook nog in lijn van de verwachting: de doelgroep die men met een dergelijke actie wil bereiken, wordt immers niet bereikt. Ingeleverd worden wapens die vervolgens weer heel goedkoop kunnen worden gekocht bij de Action en dergelijke."

De communicatieadviseurs van de politie noemen het al met al een mooie actie, die de politie een goed podium biedt. Het onderwerp noemen ze maatschappelijk relevant, zodat het belangrijk is om dit in de toekomst te blijven doen. De politie-experts betrokken bij de landelijke organisatie sluiten zich hierbij aan: "Het is ons inziens meer dan de moeite waard om een dergelijke, nagenoeg landelijke actie, vaker te organiseren. De politie zou zich op de feitelijke uitvoering en de voorbereiding daarvan nadrukkelijker moeten positioneren. Bijvoorbeeld bij het bepalen van de datum. Het zou wenselijk zijn dat het bestuurlijk overleg de keuze maakt om het nog een keer te doen en dan ook via de lijn korpsleiding-portefeuillehouder parallel gevraagd wordt om bij de beslissing van de driehoek aan te sluiten. Ook is het verstandig om een landelijke projectstructuur te organiseren waarin collega's tijd en ruimte krijgen om de voorbereiding, uitvoering en afhandeling op te pakken en aan te sturen."

Aan de respondenten die een herhaling van de inleveractie op prijs stellen, is gevraagd met welke frequentie dit bij voorkeur zou moeten gebeuren. Sommigen kiezen voor een eenmalige herhaling in het volgende jaar: "Als ik zie wat de actie hier nu heeft opgeleverd, dan zou ik hem volgend jaar nog wel eens herhaald willen zien. Als de aantallen dan zo groot blijven, dan mag het van mij ook jaarlijks blijven; ieder wapen dat van de straat af is, is er weer 1." Een kleine meerderheid van de gemeenten hecht aan een jaarlijkse actie, of eventueel zelfs twee keer per jaar, waarbij deze één keer op de algemene doelgroep en één keer op de jeugd gericht moet zijn. Zij motiveren dit vooral vanuit de maatschappelijke problematiek van wapens. Eén gemeente oppert hiervoor een vaste dag in het jaar aan te houden. Een substantiële minderheid (30%) van de gemeenten ziet de inleveractie liever om de twee jaar herhaald: "Door het jaarlijks te doen verliezen de actie en boodschap mogelijk aan kracht. Bij om de twee jaar pak je mogelijk ook weer een 'nieuwe' generatie mee." En bovendien: "Tegelijkertijd moet de balans bewaakt worden in relatie tot het wetboek van strafrecht/utholling van de wet door te lang semipermanente uitzonderingsituatie te laten bestaan." In de periode tussen de inleveracties kunnen de gemeenten wel aandacht blijven besteden aan de problematiek op lokaal niveau. Bij een herhaling moeten gemeenten volgens sommige respondenten de mogelijkheid blijven houden om - afhankelijk van de lokale situatie - aan te sluiten. Ook zijn er respondenten die hechten aan het zelf creëren van de communicatieboodschap, omdat gemeenten dichter bij de leefwereld van hun jongeren staan.

Net als de gemeenten geven de respondenten bij de politie, zij het minder afgetekend, de voorkeur aan een jaarlijkse herhaling van de inleveractie. Sommigen zoeken de argumenten voor herhaling in het genereren van aandacht voor de wapenproblematiek: "Het gaat ons primair niet om het aantal messen, maar door zo'n actie werk je wel actief aan bewustwording." Bij andere respondenten is het wapenbezit bij de jeugd wel reden om de actie te herhalen: "Het wapengebruik onder jongeren neemt toe en dit zal blijven stijgen. Ik denk daarom dat het wijsheid is om jaarlijks zo'n actie te organiseren." De kracht ligt voor hen in de herhaling. Sommigen pleiten voor een bredere doelgroep dan jeugd en lokaal maatwerk in de communicatie. Respondenten met een voorkeur voor een minder frequente herhaling, wijzen op de strafrechtelijke geloofwaardigheid: "Te vaak in herhaling zal leiden dat de strafbaarheidsstelling niet serieus wordt genomen. Indien de Staat telkens dit soort acties onderneemt, zal men het op den duur gewoon gaan vinden dat mensen wapens om handen hebben." Eén respondent pleit ervoor de inleveracties te combineren met strafrechtelijke acties na afloop van de inleverweek, bijvoorbeeld in de uitgaansgebieden. Dit zou jongeren extra kunnen motiveren om hun wapen in te leveren.

Het capaciteitsbeslag wordt door de politie vrijwel niet genoemd bij het bepalen van de gewenste frequentie van herhaling van de inleveractie. Door een respondent van het OM wordt hier wel op gewezen. Een andere respondent van het OM, die een voorkeur heeft voor jaarlijkse herhaling, geeft

aan: "Blijvende aandacht voor dit probleem is gewenst maar niet te vaak deze actie, dan verliest het zijn kracht."

*Als u prijs stelt op herhaling van de landelijke inleveractie, aan welke frequentie denkt u dan?*

- een eenmalige herhaling, volgend jaar
- regelmatige herhaling, namelijk:
  - elk jaar
  - om de twee jaar
  - om de drie jaar
- anders, namelijk .....
- weet niet, geen mening

Tabel 38. Voorkeur frequentie van herhaling

	gemeenten		politie		OM	
eenmalig	6	11%	4	12,5%	1	50%
regelmatig, elk jaar	28	52%	13	41%	1	50%
regelmatig, twee jaar	16	30%	8	25%	-	-
regelmatig, drie jaar	3	5%	4	12,5%	-	-
regelmatig	1	2%	3	9%	-	-
weet niet, geen mening	-	-	-	-	-	-
<b>totaal</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Tot besluit is gevraagd naar tips en verbeterpunten die in de enquête nog niet aan de orde gekomen zijn. Bij de 23 respondenten van de gemeente die deze vraag beantwoord hebben, wordt vaak teruggegrepen op de communicatie voor de doelgroep. Suggesties variëren van het meer betrekken van jongeren en professionals die met jeugd werken, de inzet van ervaringsdeskundigen (daders en slachtoffers) en rolmodellen tot het vervaardigen van (extra) materiaal voor ouders en een kortere periode van campagne voeren. Tips gericht op het inleveren van wapens zijn het opstellen van een draaiboek per eenheid, meer ruimte voor een lokale invulling vanwege verschillen tussen stad en platteland, het betrekken van het ministerie van OCW bij het motiveren van scholen om mee te doen, acties gericht op de gehele bevolking in plaats van alleen jongeren en het terugkoppelen van de opbrengst van de inleveractie naar individuele gemeenten. Eén respondent merkt op dat het aantal ingeleverde wapens een "traumatisch effect" kan hebben op jongeren: "De wetenschap dat er veel wapens op straat aanwezig zijn, kan zorgen voor gevoelens van onveiligheid als het niet wordt begeleid door de juiste informatie en tools voor het creëren van veiligheid." Een andere respondent pleit voor het versturen van minder mails naar de gemeente: "Nu kreeg ik teveel berichten."

Ook bij de 20 respondenten van de politie met verbeterpunten worden suggesties vaak gerelateerd aan onderwerpen die eerder in de enquête aan de orde zijn geweest, zoals lacunes in de campagne, het proces rond het inleveren van nepwapens (niet anoniem in de inleverton doen) en het inleveren van wapens door een bredere doelgroep dan de jeugd. Enkele respondenten vragen om één directe contactpersoon bij de politie, een centrale regie door en een duidelijke opdracht aan de gemeente omdat die het liet afweten, alsmede voldoende voorbereidingstijd voorafgaand aan de inleverweek. Sommigen pleiten voor de inzet van mobiele inleverpunten die van jeugdsoos naar jeugdhonk naar scholen kunnen reizen. Anderen bepleiten aandacht voor de wapenproblematiek gedurende het hele jaar, meer acties voorafgaand en na afloop zodat de inleverweek niet op zichzelf staat, of zelfs het voortdurend kunnen inleveren van wapens: "Ik denk dat 1 week om in te leveren te kort is. Er moet eigenlijk een gedachtestroom ontstaan dat vrijwillig anoniem afstand doen en inleveren van wapens geen punt hoeft te zijn." Eén respondent stelt voor onderzoek te doen onder jongeren om te achterhalen of een inleveractie voor hen wel zinvol is: "De doelgroep lijkt namelijk vaak met reguliere aardappel- of vleesmesses te werken en niet met WWM-categorieën." Net als bij de gemeente is er bij de politie één respondent die updates van de landelijke organisatie minder op prijs stelt: "Graag alle informatie verwerken in 1 draaiboek en niet in verschillende mails. Hierdoor raak je informatie kwijt of is iets onduidelijk."

Bij het OM geven drie respondenten verbetertips. Zo wijst een respondent op het belang van goede communicatie en afstemming met ervaren officieren van justitie over de gewenste processen, die het draaiboek ten goede zouden komen. Een ander merkt op dat meer voorbereidingstijd wenselijk was geweest voor de uitvoerende partijen: "Voor het OM betekent deze actie het minste werk, dus wij hebben er weinig last van gehad." Vooral scholen moeten actief betrokken worden en voor hen is lesmateriaal nodig, maar er was volgens deze respondent te weinig tijd om dat te ontwikkelen.<sup>21</sup> Ten slotte wijst een respondent van het OM op het belang van een heldere definitie van wapens, omdat hierover bij burgemeesters discussie was. De afzender van het initiatief was niet altijd helder: "Veel gemeenten dachten dat wij ervan waren, terwijl het een ministerie verhaal was." Eén verbetertip betreft het onderbrengen van antieke wapens bij musea: "Er kwam weer een museum met de vraag of we de antieke vuurwapens konden overdragen. Wellicht is het wel handig dat landelijk nagedacht wordt over de musea-aanvragen."

#### **Enquête gemeente (vraag 14), politie (vraag 14) en OM (vraag 9)**

*Heeft u nog tips en verbeterpunten voor de landelijke organisatie die in deze enquête niet aan de orde zijn gekomen, dan horen wij die onderstaand graag!*

Omdat in de enquête een blok voor positieve feedback ontbreekt, grijpen 8 respondenten van de gemeente de vraag naar verbeterpunten aan om de landelijke organisatie te bedanken voor de samenwerking, die hen veel werk bespaard heeft. "Ondanks dat een aantal zaken kunnen worden verbeterd willen wij ook onze grote complimenten geven aan JenV voor dit initiatief. Hiermee hebben jullie gemeenten echt ondersteund, een mooie rol die JenV wat ons betreft beslist vaker mag vervullen. Het was goed te merken dat er goed nagedacht was over de organisatie van deze actie, de contactpersoon was altijd goed te bereiken en bereid mee te denken. De draaiboeken en aangereikte instrumenten waren praktisch en bruikbaar. Kortom, complimenten aan jullie." Ook de politie komt met positieve feedback: "Erg prettig dat er landelijke distributie was en ophalen werd uitgezet. Het ministerie was goed bereikbaar via de mail/telefoon voor afstemming." Een respondent van het OM sluit zich hierbij aan: "Verder geweldig initiatief. Drempel om mee te doen is erg laag bij een landelijke organisatie. Zelf heb ik eerder samen met politie en gemeente een lokale wapen-inleveractie georganiseerd en dat was veel werk. Ook helpt de landelijke aandacht voor dit probleem bij alle andere lokale acties die worden ondernomen. Hopelijk komt er een vervolg!" De landelijke organisatie wil van haar zijde iedereen bedanken die bijgedragen heeft aan het welslagen van deze landelijke inleveractie. In een fijne en bijzondere samenwerking tussen de landelijke overheid en heel veel lokale partijen hebben we een mooi resultaat neergezet, waar we - ondanks de nodige verbeterpunten aan onze zijde - met veel genoegen op terugkijken!

---

<sup>21</sup> Deze constatering behoeft enige nuancering: de leskaart Wapens en Jongeren, ontwikkeld in opdracht van OM Spaces voor het lesprogramma Wie grijpt in, was sinds mei 2021 beschikbaar en maakte deel uit van de toolbox die medio juli gelanceerd werd.