DENKKRACHT UTRECHT

Verslag Denklab 22-11-2025 – Politie Oost-Nederland

“Burgers blijvend stimuleren om drugslabs te melden”

Hallo! Wij zijn (van links naar rechts) Auke, Floor, Emil, Eric en Emma: vijf enthousiaste vrijwilligers van Denkkracht Utrecht (DKU). Als denktank van ongeveer 25 jonge professionals zetten wij ons in om maatschappelijke organisaties te ondersteunen met creatieve en concrete oplossingen voor maatschappelijke, strategische en organisatorische vraagstukken.

Naar aanleiding van een succesvol Denklab in 2024 in samenwerking met de politie, nam Paul Bingen nogmaals contact met ons op voor een nieuw vraagstuk waar opnieuw onze denkkracht voor nodig was. We waren direct enthousiast over de kans om samen te werken en onze denkkracht in te zetten voor het vraagstuk dat Paul bij ons onder de aandacht bracht. Op zaterdag 22 november 2025 vond de denktanksessie plaats op de Twente Safety Campus in Enschede. Aanwezig waren 17 deelnemers en het organiserende comité vanuit DKU. Namens de opdrachtgever waren Arnold Hoeve en Evi van Raalte (Ondermijning Twente), Paul van der Weiden en Anton Jansen (Platform Veilig Ondernemen Oost-Nederland) en Paul Bingen en Lisa Smids (Q-Lab Politie) aanwezig.

Tijdens deze dag bogen wij ons over de volgende centrale vraag:

“Hoe kunnen we burgers blijvend stimuleren om meldingen te doen over drugslabs?”

Dit verslag geeft een overzicht van onze aanpak en de creatieve, innovatieve ideeën die tijdens deze sessies zijn ontwikkeld.

Waarom dit vraagstuk?

Drugslabs en de daarmee samenhangende dumpingen vormen een groot landelijk probleem, zeker in de eenheid Oost-Nederland. Deze criminele activiteiten ondermijnen de samenleving en veroorzaken aanzienlijke schade aan natuur en gezondheid. Er zijn inmiddels veel initiatieven gestart, met name op technologisch gebied, zoals nieuwe vormen van sensing.

Toch blijft de meest effectieve aanpak die van een geïntegreerde samenwerking tussen inwoners, bestuur en politie. Wanneer er voldoende bewustwording is, levert deze aanpak waardevolle meldingen op, die het RIEC in staat stellen een goed beeld te vormen en gericht op te treden.

Maar zodra het aantal meldingen afneemt, wordt het voor het RIEC moeilijk om een volledig beeld te krijgen en daarmee een gerichte aanpak te ontwikkelen. Het ontbreken van gericht optreden leidt vervolgens tot minder informatie, waardoor een negatieve spiraal ontstaat. De centrale vraag is dan: hoe doorbreken we deze neerwaartse cirkel?

Wie zijn wij?

Denkkracht Utrecht is een denktank van circa 25 jonge professionals uit de regio Utrecht met een hart voor maatschappelijke impact. Met ons netwerk streven we ernaar maatschappelijke, strategische en organisatorische vraagstukken te begrijpen én op te lossen. De deelnemers zetten zich vrijwillig in en combineren denk- en doekracht om bij te dragen aan betekenisvolle en impactvolle oplossingen.

We werken samen met publieke en semi-publieke organisaties in en rond Utrecht. Ook bedrijven met een maatschappelijke rol of ambitie om hun publieke taak te versterken, zijn voor ons waardevolle partners. Onze samenwerkingen kenmerken zich door een open dialoog, kritische reflectie en het bieden van nieuwe perspectieven.

Om inspiratie en frisse ideeën te bieden, organiseert Denkkracht Utrecht jaarlijks acht zogenoemde “Denklabs” op zaterdagen. Tijdens deze sessies bedenken we met onze groep jonge professionals creatieve oplossingen die bijdragen aan de ontwikkeling en impact van maatschappelijke organisaties.

Wil je meer weten over de gepresenteerde ideeën of het programma van de dag? Neem dan contact op via contact@denkkrachtutrecht.nl .

Benieuwd naar de mogelijkheden voor jouw organisatie? Kijk op www.denkkrachtutrecht.nl of stuur ons een bericht.

Hoe hebben we het vraagstuk uitgewerkt?

Hoe hebben we het vraagstuk uitgewerkt?
In het kader van het versterken van de meldingsbereidheid van burgers rondom mogelijke drugslabs, zijn tijdens de Denklabdag verschillende werkvormen en brainstormtechnieken ingezet. Deze methoden zijn ontworpen om de diverse drempels, motivaties en informatiebehoeften van burgers inzichtelijk te maken en zo te komen tot interventies die zowel realistisch als impactvol zijn. Hieronder lichten we toe hoe deze technieken hebben bijgedragen aan het beter begrijpen en uitwerken van het vraagstuk. Een goede introductie van het vraagstuk door inhoudelijke experts/opdrachtgevers (zoals afgebeeld) was essentieel voor het daaropvolgende succes van de brainstorms.

Brainstorm: Weten, Willen en Durven

Om zicht te krijgen op de redenen waarom burgers terughoudend zijn in het melden van verdachte situaties, is gewerkt met drie centrale perspectieven: willen melden, durven melden en weten wanneer en waarom melden nodig is. Deelnemers verdiepten zich in één van deze dimensies, waardoor een breed palet aan belemmeringen en kansen in kaart werd gebracht. Deze aanpak helpt om uiteenlopende factoren te identificeren die invloed hebben op meldingsgedrag, van kennis en bewustzijn tot sociale veiligheid en vertrouwen in instanties. Door deze inzichten systematisch te verkennen, ontstaat een fundament voor interventies die beter aansluiten bij de realiteit van bewoners in het buitengebied.

Persona-gebaseerde benadering

Om de drempels en motivaties van verschillende typen burgers concreet en herkenbaar te maken, zijn vier persona's ontwikkeld op basis van de Fenomeenanalyse. Deelnemers werkten in groepen waarin ieder zich verdiept in de leefwereld, zorgen en houding van meerdere persona's. Deze methode maakt het mogelijk om vanuit meerdere perspectieven te denken en beter te begrijpen waarom sommige bewoners sneller melden dan anderen. Door te focussen op het buitengebied en niet op stedelijke contexten, konden gerichtere inzichten worden opgedaan die passen bij de doelgroep en omgeving waar het vraagstuk speelt.

De persona's.

Energizer: "Ik ben een drugscrimineel en ik neem mee..."

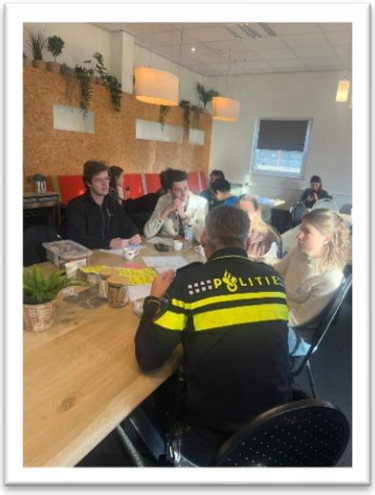
Als luchtige en activerende onderbreking hebben deelnemers deelgenomen aan een korte energizer. Deze oefening hielp om de creativiteit opnieuw aan te wakkeren en deelnemers vanuit een andere invalshoek naar het thema te laten kijken. Hoewel speels van aard, draagt de energizer bij aan het loslaten van vaste denkpatronen, wat essentieel is voor een open en productieve brainstorm.

Brainstorm: Naming en Framing

Met de inzichten uit de eerdere sessies verkenden deelnemers opnieuw mogelijke oplossingsrichtingen. Door ideeën te beoordelen op criteria zoals uitvoerbaarheid, innovativiteit, haalbaarheid op korte termijn en impact, werd richting gegeven aan het creatieve proces. Vervolgens selecteerde iedere groep drie ideeën: het snelst realiseerbare, het meest complete en het meest vernieuwende. Deze methode stimuleert een balans tussen ambitie en realisme en draagt bij aan het identificeren van voorstellen die daadwerkelijk kunnen bijdragen aan een hogere meldingsbereidheid.

Kruisverhoor: ideeën aanscherpen

In de laatste fase werden de geselecteerde ideeën kritisch bevraagd door andere deelnemers. Door vragen te stellen over uitvoerbaarheid, vernieuwing, motivatie van burgers en mogelijke valkuilen, werden de concepten concreter en robuuster. Dit kruisverhoor zorgt voor een verdieping die nodig is om tot gedragen en uitvoerbare oplossingen te komen. Waar eerdere oefeningen gericht waren op creativiteit en openheid, helpt deze methode om ideeën te toetsen op realisme en impact.



Pitches

Pitch 1: Weg met lab: Noaberschap!

De campagne *Weg met lab: noaberschap!* bestaat uit drie verschillende fasen, gericht op het betrekken en activeren van burgers. Het doel is om mensen te informeren over drugslabs, hen de ervaring te laten beleven en uiteindelijk te stimuleren om daadwerkelijk te melden.

Stap 1: Bord voor je kop

In de eerste fase draait het om leren. Mensen moeten begrijpen wat een drugslab is en hoe ze signalen kunnen herkennen. Hoe bereiken we hen het beste? Onderweg, bijvoorbeeld in de auto of op de fiets, wanneer ze tijd hebben om na te denken over de vraag: hoe herken ik een drugslab? Het idee is geïnspireerd op Australië, waar langs lange, rechte snelwegen borden staan. Op het eerste bord staat een vraag en op een bord verderop het antwoord. Dit concept kunnen we ook in landelijke gebieden toepassen. Een voorbeeld: op bord één staat de vraag “Je ruikt iets vreemds, welke geuren herken je?” Op bord twee volgen voorbeelden zoals aceton of anijs, en op bord drie staat: “Let op, dit kan duiden op een drugslab.” Op deze manier leren mensen spelenderwijs onderweg signalen herkennen.

Stap 2: Het Verdenklab

In de tweede fase brengen we de ervaring dichterbij: in risicogebieden zetten we een mobiele escaperoom neer, het zogenaamde *Verdenklab*. In tegenstelling tot een denklab, biedt het Verdenklab een interactieve ervaring waarin burgers leren hoe ze een drugslab kunnen herkennen. Zo kunnen ze bijvoorbeeld daadwerkelijk geuren zoals aceton leren herkennen en stap voor stap doorgaan naar een volgend level in de escaperoom. Het Verdenklab wordt in het dorp geplaatst en toont tevens het aantal meldingen dat in die regio die maand is gedaan. Dit laat zien dat veel mensen al melden, waardoor de drempel voor nieuwe meldingen wordt verlaagd.

Belangrijk is dat mensen worden getraind en beloond. Wie weet hoe een drugslab ruikt of waar hij op moet letten, gaat naar een volgend level. Uiteindelijk laten we deelnemers ook bellen met een hulplijn zoals Meld Misdaad Anoniem (MMA), zodat ze ervaren hoe het in de praktijk werkt. Op deze manier leren burgers de stappen te zetten die nodig zijn om daadwerkelijk te melden.

Stap 3: Activeren van burgers

De laatste fase richt zich op het stimuleren van daadwerkelijke meldingen. Hier biedt de website www.nietpluis.nl nieuwe mogelijkheden. In tegenstelling tot MMA, waar je iemand direct verdacht maakt, kun je bij NietPluis eenvoudig je gevoel doorgeven dat er iets niet in orde is. De website toont ook een teller van het gebied en biedt tips over wat verdacht kan zijn. Zo kunnen burgers makkelijk een melding maken via het verlinkje, waarna de politie de meldingen kan verzamelen en actie kan ondernemen wanneer dat nodig is.

Dit proces vraagt om herhaling, daarom bestaan de drie stappen uit leren, ervaren en activeren, onder de overkoepelende slogan: *Weg met lab, noaberschap!*

Pitch 2: Experience Bus

Dit groepje heeft de zogenaamde ‘Nederlandse methode’ ontwikkeld, gericht op blijvende, toegankelijke en maatschappelijke betrokkenheid bij drugsopsporing. Het concept bestaat uit een bus die door het land reist en diverse evenementen aandoet, zoals braderieën, de trekkertrek, het Megapiratenfestijn of lokale markten. Op deze locaties wordt een stand opgezet waar bezoekers op een ludieke en interactieve manier informatie krijgen over hoe ze een drugslab kunnen herkennen.

Door de opvallende presentatie worden mensen aangesproken en groeit hun kennis over mogelijke drugslabs. De bus heeft als groot voordeel dat slechts enkele agenten nodig zijn om het geheel te bemannen, waardoor het een blijvend en flexibel instrument is dat door het hele land kan reizen. Zo ontstaat er lokaal gesprek over drugslabs en alertheid in de gemeenschap.

De bus heeft twee kernpunten: kennis en actie. Ten eerste leren bezoekers hoe ze een drugslab kunnen herkennen. Ten tweede wordt uitgelegd hoe ze een melding kunnen doen, waarbij anoniem melden al een belangrijke drempel verlaagt.

Daarnaast kan een kleine aanpassing in de naamgeving van de meldlijn bijdragen aan meer meldingen. Door ‘Meld misdaad anoniem’ te veranderen in ‘Meld vermoedens anoniem’, wordt de drempel om melding te maken lager. Ook kan het helpen om melders inzicht te geven in de mogelijke gevolgen van hun melding, wat het vertrouwen en de bereidheid tot melden vergroot.

Pitch 3: Coalition of the moving

Dit idee heeft een focus op een zeer specifieke doelgroep, die aangeduid wordt met *Coalition of the Moving*, ofwel de *Bewegende Coalitie*. De doelgroep betreft een groep mensen die zich veel in het buitengebied begeeft om te wandelen, te fietsen of wielrennen, de hond uit te laten, of om te hardlopen. Deze groep mensen hoeft daar niet per se te wonen, maar komt er wel regelmatig, en kan in die hoedanigheid dan ook veranderingen waarnemen.
De groep begon door zich af te vragen waarom mensen hieraan zouden willen deelnemen. Dit zou o.a. omwille de volgende redenen kunnen:

- Buitenmensen waarderen een mooie leefomgeving;
- Noaberschap: weten dat je mensen helpt hen uit de problemen te helpen door het melden;
- Mensen die houden van praktische beloningen, zoals een maand gratis Strava of een startplaats bij een marathon.

De vervolgvraag is hoe je dit gaat oppakken. Deze groep mensen gebruikt verschillende apps, zoals de wandelaars Komoot, de wielrenners en hardlopers Strava. Het is dan ook belangrijk de bedrijven hiervan actief te vragen of ze hierin zouden willen en kunnen helpen om deze doelgroep te bereiken, door specifieke, gerichte berichten inclusief melding van de beloningen.

De mensen die niet dit soort apps gebruiken, zoals senioren die fietsen, zullen beter bereikt kunnen worden door gerichte informatie bij de borden van fietsknooppunten.
Belangrijk in dit geheel is wel dat je mensen ook gaat trainen in het herkennen van signalen. Dit kan bijvoorbeeld door het inzetten van QR-codes voor filmpjes, specifieke informatiewebsites, of

zelfs door bijvoorbeeld het inzetten van politievrijwilligers die traingen aanbieden.

Het laatste aspect wat de groep belangrijk acht, is het behouden van deze groep mensen. Dat kan enerzijds door beloningen ook weer, zoals codes voor een gratis maand Strava bijvoorbeeld, maar het aspect van terugkoppeling aan de melder is mogelijk nog wel belangrijker. Terugkoppeling kan ofwel via de media, maar dat kan juist ook door een laagdrempelig belletje naar de melder zijn, een lokaal nieuwsbericht, ofwel het organiseren van een event in de lokale gemeenschap zoals een buurtbarbecue, waar mensen ook een moment geboden wordt om vragen te stellen, hun zorgen te delen, maar waar ook een situatie wordt gecreëerd waarin de politie laagdrempeliger benaderbaar is. Een laatste idee omtrent het creëren van een stukje terugkoppeling zou een Funda-achtige website kunnen zijn, met specifieke informatie hoeveel drugs, geld, en veel foto's. Het hoeft dus niet zo te zijn dat er informatie over jouw specifieke melding staat, maar wel hoe jouw melding bijdraagt in die Coalition of the Moving aan het reduceren van drugsproblematiek.

Pitch 4: Speurneuzen

Het vierde idee richt zich op een andere doelgroep: hondenbezitters. Het idee is om honden te trainen om signalen van drugs op te sporen. Tijdens dit proces krijgen de honden basis speurtraining van een politiecollega, waardoor ze leren verdachte geuren en signalen te herkennen. Tegelijkertijd worden de baasjes actief betrokken in de training. Door mee te doen leren zij zelf beter op te letten en bewust te worden van mogelijke aanwijzingen van drugshandel of labs in hun omgeving.

Hondenbezitters vormen een ideale doelgroep, omdat zij meerdere keren per dag actief buiten zijn en dus regelmatig hun buurt observeren. Ze zijn bovendien doorgaans zeer betrouwbaar en gemotiveerd om mee te werken aan de veiligheid van hun omgeving. Tijdens de coronaperiode zijn vergelijkbare initiatieven uitgevoerd, waaruit bleek dat de combinatie van hondentraining en educatie van de eigenaar effectief kan zijn om signalen in de wijk sneller op te merken en actie te ondernemen.

Op deze manier worden hondenbezitters niet alleen betrokken bij het herkennen van drugsgerelateerde signalen, maar worden ze ook getraind om daadwerkelijk een bijdrage te leveren aan de meldingsbereidheid binnen hun gemeenschap.