

## Tips voor communicatie bij (drugs-)pandsluitingen

Bij het aantreffen van drugs of hulpmiddelen die duiden op (het voornemen tot) de productie van drugs in een woning of bedrijfspand, heeft de burgemeester op basis van de Opiumwet (wet Damocles) de bevoegdheid de woning te sluiten.

### Communiceer altijd over een sluiting

Het RIEC-MN adviseert om altijd te communiceren met de inwoners / direct omwonenden over een dergelijke sluiting. Hieraan liggen de volgende afwegingen ten grondslag:

- Ondernijning en ondernijnende activiteiten wortelen steeds meer in het leven van alledag. Ondanks een intensivering van de integrale aanpak, kan de overheid de aanpak van ondernijning niet alleen af. De maatschappij, - inwoners en ondernemers- zijn hierbij eveneens van wezenlijk belang. Bekendheid met alle facetten en de omvang van het probleem is hiervoor noodzakelijk om bewustwording te creëren dat ondernijning zich ook manifesteert in de eigen leefomgeving. Deze bewustwording is noodzakelijk voor het aanjagen van een maatschappelijke tegenbeweging.
- Brede communicatie over de sluiting van een pand maakt duidelijk dat het pand 'uit de roulatie' is als plek waar afnemers, dealers etc. terecht kunnen. Dit vermindert de loop naar het pand en draagt daarmee bij aan de leefbaarheid in de wijk. Dat is voor veel bewoners een positief bericht dat ze graag horen.
- Door de direct omwonenden feitelijk te informeren verhoog je de alertheid op eventuele toekomstige signalen. Tevens voorkom je dat de sluiting onderwerp van speculaties wordt die eventueel negatief op de gemeente af kunnen stralen.

### Standaard materialen beschikbaar

Het RIEC stelt diverse standaard materialen ter beschikking aan de partners om in te zetten in communicatie. Aanvullend hierop zijn de volgende tips:

#### *Motiveer de sluiting*

- Maak duidelijk dat bij het besluit om over te gaan tot sluiting altijd diverse overwegingen een rol spelen. Deze overwegingen zijn bijvoorbeeld: in hoeverre is het woon- en leefklimaat in de wijk aangetast, zijn er minderjarige kinderen betrokken die eventueel geraakt worden door een sluiting, is er sprake van specifieke omstandigheden t.a.v. de bewoners van het pand, vond er handel plaats vanuit de woning, was er sprake van een gevaarlijke situatie (bv wapenvondst) en welke soort en hoeveelheid drugs is aangetroffen. Neem de gemaakte afwegingen –indien juridisch mogelijk- mee in de communicatie. Dit voorkomt het ontstaan van een (onterecht) beeld van eventuele onzorgvuldigheid en/of snelheid bij het besluit.

#### *Frequentie van communicatie*

- Vinden er regelmatig sluitingen plaats? Overweeg dan om niet bij iedere individuele sluiting te communiceren maar om periodiek een algemeen verhaal te delen. Veelvuldig communiceren kan onbedoeld een gevoel van onveiligheid creëren. Dit betreft een lokale overweging die daarmee dus situationeel bepaald is.

#### *De burgemeester als crime fighter*

- Communicatie over sluitingen kan de burgemeester het etiket 'crime fighter' geven. Of dit etiket past, is afhankelijk van verschillende factoren (persoonlijk, lokale situatie, eerdere ervaringen

etc.). Er is daarmee geen eensluidend advies te geven of een sluiting wel of niet uit naam van de burgemeester moet worden gecommuniceerd. Te boek staan als crime fighter kan zich in een uiterst geval tegen de burgemeester persoonlijk keren. Ontraad de burgemeester dan ook – ten aanzien van dit specifieke onderwerp- het gebruik van bijvoorbeeld social media op persoonlijke titel. Retweet of deel een boodschap over drugspandsluiting altijd vanuit een overkoepelend gemeente-account. Voor een neutrale insteek waarbij niet de naam/functie van de burgemeester als verantwoordelijke voor de sluiting wordt gebruikt, is een standaard (inleiding van een) persbericht beschikbaar.

#### *Bied handelingsperspectief*

- Hanteer de volgende verhouding: 20% van de communicatie gaat over de daadwerkelijke sluiting. De overige 80% biedt een handelingsperspectief, vergroot het begrip rondom de sluiting, draagt een 'educatieve' boodschap uit of geeft tekst en uitleg ten aanzien van de overwegingen. Zo voorkom je dat het bericht teveel bijdraagt aan een gevoel van onveiligheid. Door het bieden van een handelingsperspectief groeit bij inwoners het gevoel dat zij een bijdrage kunnen leveren aan de veiligheid van hun eigen wijk. Tevens creëer je bewustwording ten aanzien van ondermijning en de omvang van de problematiek.

#### *Gerichte communicatie*

- Pinpoint de communicatie. Stel de vraag of het noodzakelijk is dat alle inwoners van de gemeente in de media vernemen dat een bepaald pand gesloten is. Wellicht kan je volstaan met een wijkbericht dat onder de direct omwonenden verspreid wordt.

#### *Maak de sluiting visueel kenbaar*

- Voor de buurtbewoners moet duidelijk zijn dat een pand gesloten is. Voor hun veiligheidsgevoel is het belangrijk dat men er voorlopig op kan vertrouwen dat een pand gesloten is en er dus geen 'loop' meer is naar het pand. Visuele communicatie in de vorm van posters draagt hieraan bij. Daarnaast heeft het een afschrikwekkend effect. De mededeling dat het pand gesloten is, zorgt er tevens bij eventuele 'klanten' voor dat ze het pand mijden.

#### *Objectieve berichtgeving*

- In het geval de politie drugs in een pand aantreft dat publiekelijk toegankelijk is (bv. horeca), kan eveneens een besluit tot sluiting worden genomen. Een dergelijke besluit kan op weerstand vanuit de samenleving stuiten; het is immers niet gezegd dat de ondernemer per definitie iets te maken heeft met de gevonden drugs. In een uiterst geval gaat het om een gerichte actie om de concurrentie (het gesloten pand) in een kwaad daglicht te stellen. Neem in communicatie over de sluiting van dergelijke panden daarom –naast primair de motivatie om over te gaan tot sluiting- een passage op waaruit blijkt dat indien er geen link is met het incident, het pand zo spoedig mogelijk weer opengesteld wordt.