Uitvoeringsplan

regioproject



Inleiding

Op 1 september 2020 is het regioproject 'Drugs, wat doet het met jou?' in uitvoering gegaan. In dit project werken 38 gemeenten in de regio Oost-Brabant, de beide GGD-en en Novadic Kentron samen om de verdergaande normalisering van drugsgebruik in de regio tegen te gaan.

In november 2019 werd hiervoor een projectplan opgesteld. In dit projectplan staan de ambities, doelstellingen, de opdracht en de globale projectorganisatie omschreven. In dit uitvoeringsplan worden deze genoemde uitgangspunten verder uitgewerkt en aangescherpt.

Dit uitvoeringsplan is als volgt opgebouwd:
In het kort Een overzichtelijke samenvatting van het project en de mijlpalen uit het eerste projectjaar.

Deel A Het project nader toegelicht. Met een SWOT-analyse worden mogelijkheden en uitdagingen in beeld gebracht.

Deel B Een beschrijving van de drie deelgebieden van het project, de belangrijkste doelen en hoofdactiviteiten per deelgebied:
- Monitor
- Communicatie, bewustwording en educatie
- Integrale aanpak

Een gedetailleerde projectplanning wordt als losse bijlage aan dit uitvoeringsdocument gekoppeld. Dit document is dynamisch en zal de komende projectjaren door de projectleider en de werkgroepen worden aangevuld.



IN HET KORT

Projectplan



Aanleiding

- Professionals zien dat norm voor drugsgebruik verschuift
- Gemeenten ondervinden gevolgen en risico's van drugsgebruik, op het gebied van:

Gezondheid · **Milieu** · **Criminaliteit** · **(Verkeers)veiligheid**

Doelstelling

Denormalisering van drugsgebruik in de regio Oost-Brabant door stellen en versterken van de norm dat het gebruik van drugs niet normaal is.

Samenwerking

38 gemeenten in de politieregio Oost-Brabant, GGD BZO, GGD HvB, Novadic-Kentron.

Kracht van samenwerking

✔ Feiten en cijfers in beeld door ontwikkeling monitor
✔ Samen één boodschap
✔ Samenwerken aan beleid, regelgeving en handhaving

GGD Brabant-Zuidoost
GGD Hart voor Brabant
Novadic Kentron NK Nieuwe Kansen



Uniek en innovatief

- Eerste (politie)regio waar op deze schaal en op deze manier wordt samengewerkt.
- Regionale strategische aanpak, lokale vormgeving en uitvoering
- Focus op *Use* reduction



Kaders

✔ We zijn van het gezondheids- en veiligheidsdomein
✔ We richten ons op de doelgroep jongeren en jong-volwassen 16-27 jaar en hun omgeving
✔ Het project gaat over drugs, niet over alcohol

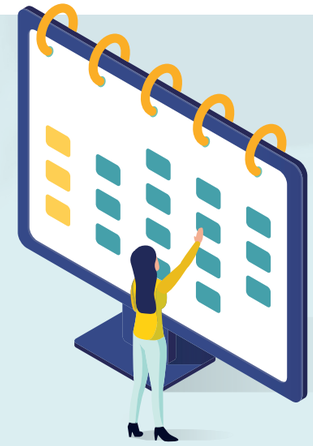
Looptijd

Fase 1: 1 september 2020 – 31 augustus 2021

Fase 2: 1 september 2021 – 31 augustus 2022

Fase 3: 1 september 2022 – 31 augustus 2023

Fase 4: 1 september 2023 – 31 augustus 2024



Drie deelgebieden

1. Monitor
- Betrouwbaar beeld van gebruik doelgroep in regio, feitelijke cijfers en 'waarom' van gebruik.
- Vaker inzetbaar, jaar 1 en jaar 4

2. Communicatie, educatie, bewustwording
- Communicatie over het project
- Communicatiecampagne, communicatiemiddelen, interventies, toolkit

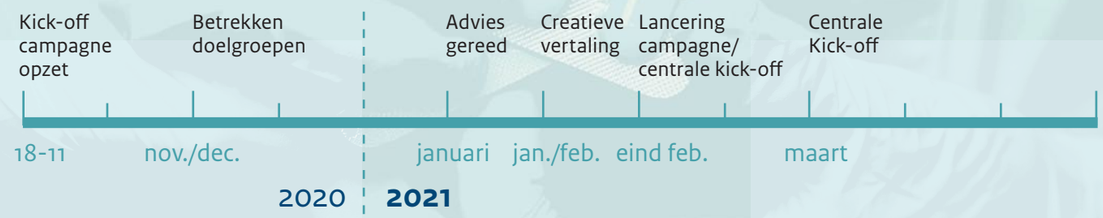
3. Samenwerking beleid, regelgeving, handhaving
- Uniformiteit. Interventies toolkit

Mijlpalen eerste projectjaar

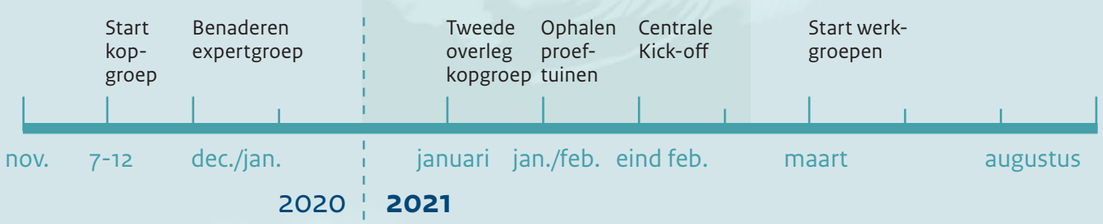
Monitor



Communicatie



Samenwerking



Deel A

Het project

Aanleiding

Professionals zien dat de norm voor drugsgebruik verschuift. Tevens is er een stijging van de problematiek die hiermee samenhangt zoals criminaliteit, veiligheid, ondermijning en een toenemende zorgvraag.

Doelstellingen

De doelstelling op korte termijn: Maatschappelijk draagvlak verkrijgen om met elkaar in gesprek te gaan over de denormalisering van drugs.

De doelstelling op lange termijn: Het tegengaan van de normalisering van drugsgebruik onder inwoners in de gehele regio Oost-Brabant door het stellen en versterken van de norm dat het gebruik van drugs niet normaal is.

Probleemstelling

Hoe is de norm omtrent drugs en drugsgebruik de afgelopen jaren veranderd en welke factoren hebben gezorgd voor deze verschuiving van de norm?

Beoogde resultaten

- Een goed beeld krijgen van het drugsgebruik in de regio, zowel op het gebied van 'harde' feiten en cijfers omtrent gebruik als de 'zachte' feiten (norm, argumenten en triggers voor gebruik)

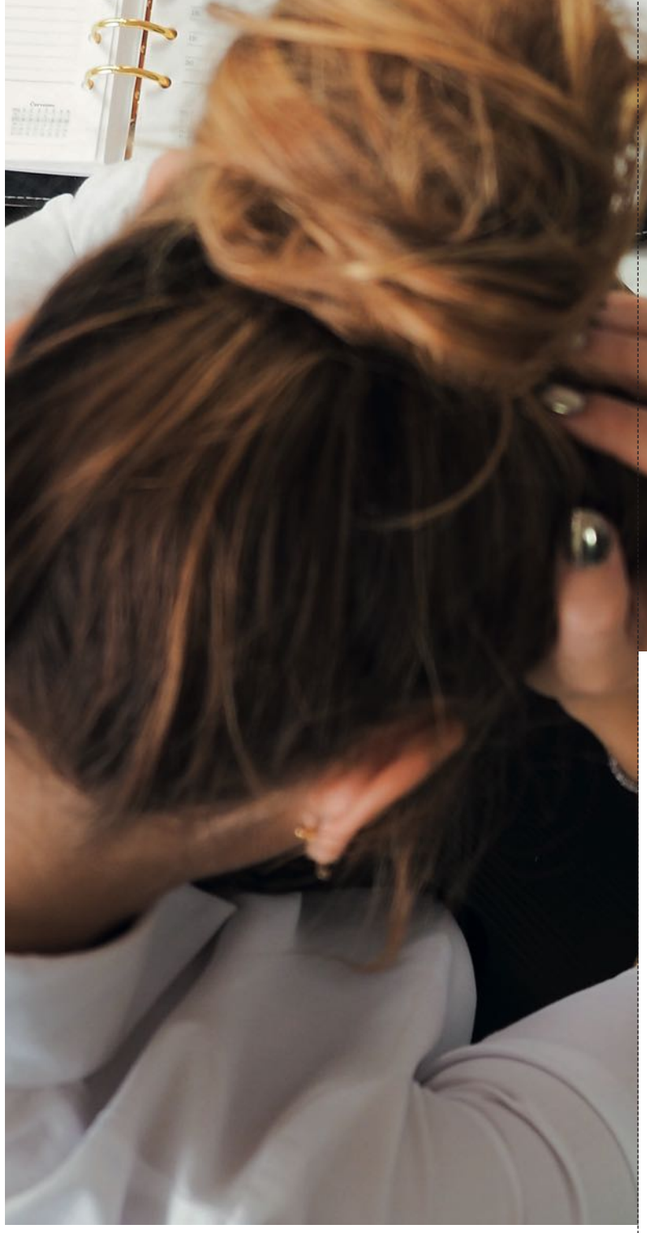
- Als regio één krachtige boodschap uitdragen die is ontstaan vanuit de doelgroep en deze doelgroep bereikt, raakt en aanzet tot een publieke discussie over de norm van drugs en drugsgebruik.

- Samenwerken aan regelgeving, beleid en handhaving zodat er regionale duidelijkheid ontstaat en 'waterbed effect' wordt voorkomen. In de vertaling van deze eenduidige regionale strategie is er ruimte voor lokaal maatwerk afhankelijk van de lokale situatie.

Deelnemers

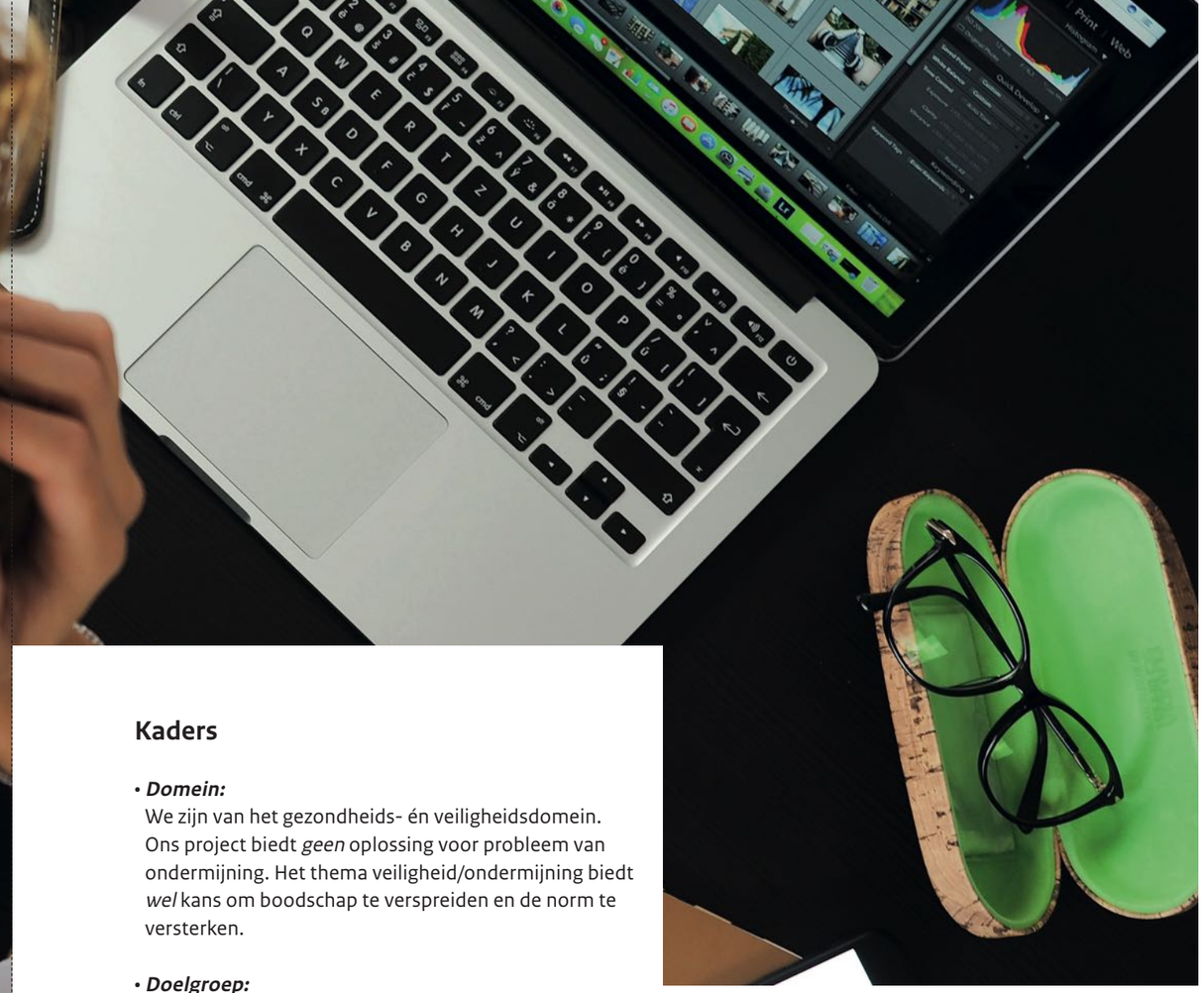
Partijen die actief participeren
- 38 gemeenten in de politieregio Oost-Brabant
- GGD Brabant Zuidoost
- GGD Hart voor Brabant
- Novadic-Kentron

Met steun:
ministerie VWS, ministerie J&V, Provincie Noord-Brabant



Projectperiode

Het project heeft een looptijd van vier jaar:
- Fase 1: 1 september 2020 – 31 augustus 2021
- Fase 2: 1 september 2021 – 31 augustus 2022
- Fase 3: 1 september 2022 – 31 augustus 2023
- Fase 4: 1 september 2023 – 31 augustus 2024



Kaders

- ***Domein:***
  We zijn van het gezondheids- én veiligheidsdomein. Ons project biedt *geen* oplossing voor probleem van ondermijning. Het thema veiligheid/ondermijning biedt *wel* kans om boodschap te verspreiden en de norm te versterken.

- ***Doelgroep:***
  Jongeren en jongvolwassen tussen 16 en 27 jaar *die nog niet gebruiken of twijfelen over (hun) gebruik* én hun omgeving. *Use* reduction staat centraal. *Supply* reduction is ondersteunend. *Harm* reduction is noodzakelijk maar heeft niet primaire aandacht in dit project.

- ***Onderwerp:***
  Het project gaat over drugs. Het project gaat *niet* over alcohol. Het project biedt *geen* antwoord op de discussie met betrekking tot legalisatie van drugs.

Uitgangspunten

Samenwerken
Het project is een samenwerkingsverband van 38 gemeenten, 2 GGD-en en Novadic-Kentron. Er zijn echter ook meer regionale partijen die zich bezighouden met het thema 'drugs en jongeren' bijvoorbeeld vanuit het domein ondermijning, de provincie en het regionaal Veiligheidsbureau. Op landelijk niveau is bijvoorbeeld het Trimbos Instituut een belangrijke (kennis)partner. In het project zoeken we de verbinding met deze partijen, stemmen we onze acties af en delen we kennis zodat we elkaar versterken.

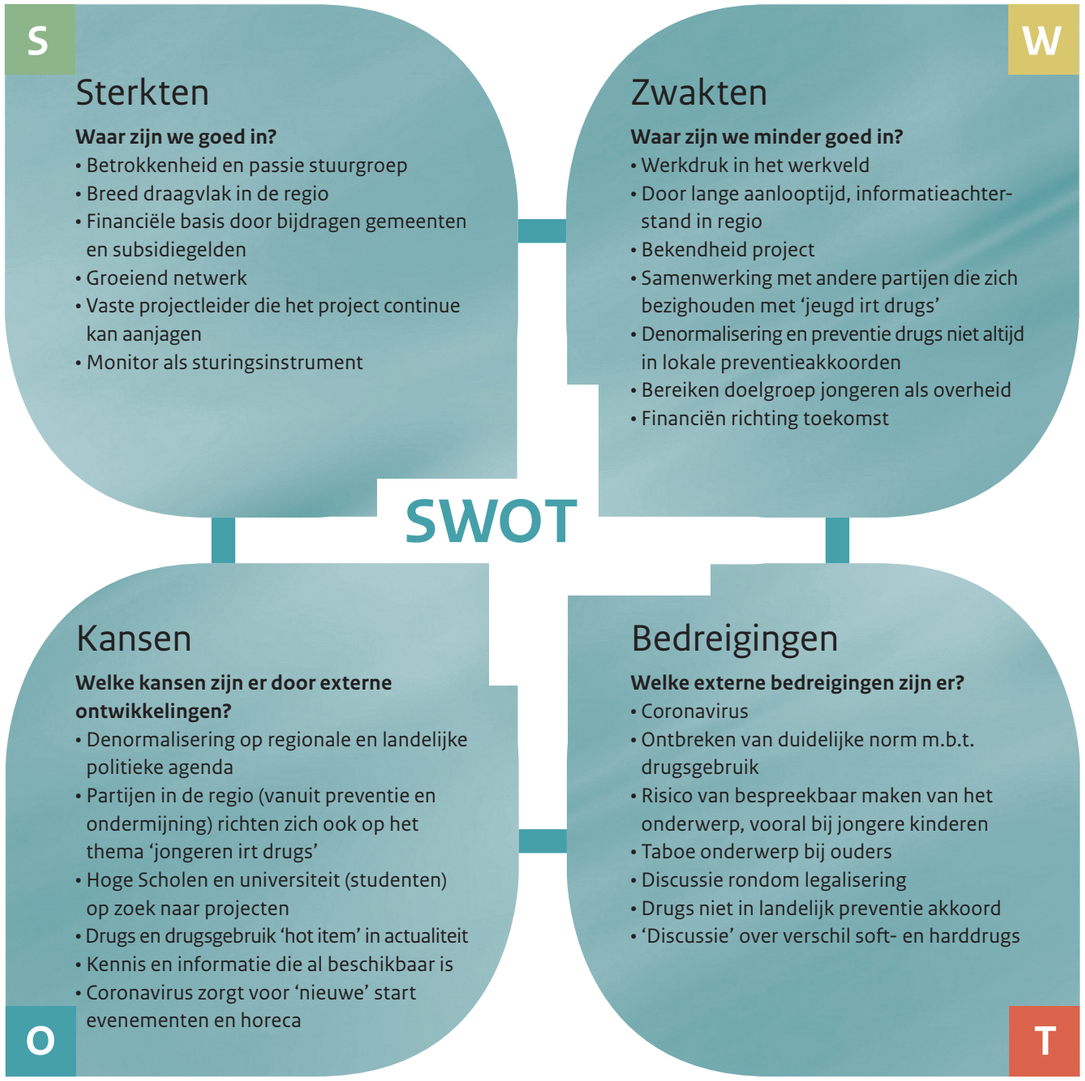
Aanvullend zijn op bestaande initiatieven
We maken gebruik van wat er al is en sluiten hier, waar mogelijk, op aan:
Voorbeelden hiervan zijn:
- Helder op school (Trimbos Instituut)
- Succesvolle interventies gemeenten en GGD-en
- Ook voor de monitor: Gebruik maken van cijfers en kengetallen uit andere onderzoeken

Bottum up en Top Down benadering
Zowel bestuurlijk als publiek draagvlak zijn voor het slagen van project belangrijk. We houden met beide rekening en steken in beide energie.

Klein beginnen is groot winnen
De regio is groot, de ambities ook. Om de uitvoering realistisch en behapbaar te maken, starten we met kleine voorbeeldprojecten in de regio, de zogenaamde proeftuinen. Deze zorgen voor een relatief snel en zichtbaar resultaat wat helpt in het enthousiasme, draagvlak en zichtbaarheid van het project.

SWOT-analyse

Ieder project heeft sterke en zwakke punten en kent kansen en bedreigingen. Door onderstaande analyse wordt in beeld gebracht van welke mogelijkheden en kansen we gebruik maken en met welke uitdagingen we rekening moeten houden bij het uitvoeren van de acties.



Mogelijkheden

De kracht van de regio
Door de regionale samenwerking hebben we veel kennis en ervaring in huis. Daarnaast hebben we door de samenwerking een sterk netwerk gecreëerd waarmee we op regionaal niveau zaken kunnen afspreken. Zo kunnen we gezamenlijk een krachtige vuist maken. Bij het inrichten van de werkgroepen wordt gezorgd voor een evenwichtige vertegenwoordiging zodat we de aanwezige expertise vanuit de verschillende invalshoeken optimaal kunnen gebruiken. We maken hierbij ook gebruik van de bestaande structuren zoals de lokale werkgroepen (veelal ontstaan vanuit de alcoholprojecten).

De kracht van de samenwerking
Het project staat niet op zich. Enerzijds is het een 'paraplu' voor veel lokale initiatieven, anderzijds een schakel in het geheel van vergelijkbare regionale en landelijke ontwikkelingen. Andere initiatieven met raakvlakken worden in beeld. Er wordt geïnvesteerd in dit netwerk zodat we vanuit ieders domein, kennis en kunde samenwerken en elkaar versterken in ons gezamenlijke doel.

Aandacht voor het onderwerp
Drugs en drugsgebruik zijn 'hot item' in media. Daarnaast staat 'denormalisering' op de politieke agenda. Dit biedt mooie kansen om het regioproject te positioneren. Ook zijn er ook volop mogelijkheden om met het project aan te haken bij de dagelijkse actualiteit zoals het gebruik van lachgas in relatie tot verkeersveiligheid, de drugscriminaliteit onder jeugd en het drugsgebruik in relatie tot de coronatijd.

Jonge mensen betrekken
Niemand begrijpt de doelgroep jongeren en jongvolwassenen beter dan de jongeren en jongvolwassenen zelf. Onderwijsinstellingen (zoals hogescholen en universiteiten) zijn regelmatig op zoek naar opdrachten of stageplekken voor hun studenten. Hier gaan we zeker gebruik van maken.

In gesprek
Er is volop maatschappelijke betrokkenheid bij het thema. Dit biedt mogelijkheden om het publieke gesprek aan te gaan. In ons netwerk hebben we enthousiaste jongerenwerkers, andere professionals en instellingen als scholen en verenigingen die goede toegang hebben tot de doelgroepen, het belang van het project onderschrijven en hierbij graag een faciliterende rol willen spelen.

Meten is weten
Door de toegekende subsidie vanuit het VWS kunnen we een betrouwbare monitor opzetten die de feiten, cijfers, argumenten en normen rondom drugs en drugsgebruik in de regio in beeld brengt. Het is een mooie aanvulling op de al bestaande cijfers. Door de monitor kunnen interventies en communicatieacties worden ontwikkeld die aansluiten op de doelgroepen.

Uitdagingen

Het onderwerp
In het project gaan we uit van een verdergaande normalisering van drugs en het gebruik van drugs in onze samenleving. Toch is het hierdoor niet vanzelfsprekend een makkelijk bespreekbaar onderwerp dat aan de ene kant nog vaak in de taboesfeer is en van de andere kant soms ook onnodig 'cool' wordt gemaakt. In de verslavingskunde bestaan verschillende inzichten over het bespreekbaar maken van het thema, voornamelijk bij jonge kinderen. Het is bij het ontwikkelen van interventies en communicatiemiddelen van belang om de professionals uit de verslavingskunde en een gedragswetenschapper te betrekken.

In de maatschappij bestaan ook verschillende inzichten over de term drugs als containerbegrip. Het is belangrijk dat we ons (vanuit de professionals en de doelgroep) goed verdiepen in termen, gebruikte taal en het kennisniveau.

De doelgroep
De doelgroep jongeren en jongvolwassenen is, zeker voor de overheid, een moeilijk te bereiken en te beïnvloeden doelgroep. Voorlichtingscampagnes verzanden al snel in een belerend toontje en dat is nu net iets waar de jeugd niet ontvankelijk voor is. Er moet daardoor veel aandacht zijn voor een aansprekende boodschap en 'tone of voice' die aansluit op de taal van de doelgroep. Hierbij moet de doelgroep intensief worden betrokken.

Meenemen en betrekken van het werkveld
Mede door corona is er in het werkveld sprake van een werklast. (Volop) participeren in werkgroepen is hierdoor niet voor iedereen een mogelijkheid. Ook heeft nog niet iedereen voldoende inzicht in wat het project kan bijdragen voor de individuele gemeente. In het project moeten we aandacht blijven houden voor het meenemen van collega's uit de regio en de bestuurders voor het vasthouden van bestuurlijk draagvlak.

Duiding
Het project gaat over denormaliseren maar er bestaat geen duidelijke norm. De Opiumwet zegt iets anders dan het gedoogbeleid toelaat. Dit zorgt voor onduidelijkheid en geeft ruimte voor eigen interpretatie. In het project moet daarom aandacht zijn voor het bespreekbaar maken van de norm, met bestuurders maar ook met de doelgroep zelf.



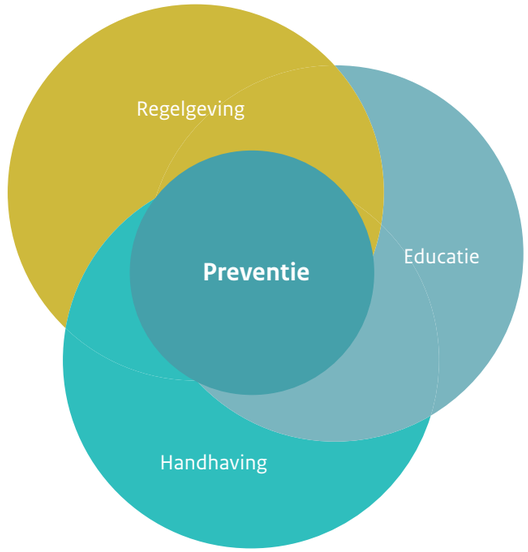
Deel B
De aanpak

De aanpak van het project bestaat grofweg uit drie deelgebieden, ieder met eigen doelstellingen, acties en resultaten.

1. De monitor
Met een grootschalige monitor willen we het huidige gebruik, feiten, argumenten en de norm rondom drugs en drugsgebruik in de regio in beeld brengen. Dit levert waardevolle informatie op voor het ontwikkelen van de communicatiemiddelen en interventies. De monitor wordt zo opgezet dat deze vaker te gebruiken is zodat we de ontwikkelingen kunnen volgen en kunnen toetsen welke doelgroepen aandacht nodig hebben en welke interventies nodig zullen zijn.

2. Communicatie, educatie en bewustwording
Deze pijler heeft enerzijds betrekking op de ‘communicatie over het project’ waarbij het genereren van bekendheid en het verkrijgen en behouden van draagvlak/steun voor het project een van de belangrijkste doelstellingen is. Anderzijds heeft deze pijler betrekking op het ontwikkelen van interventies en communicatiemiddelen waarbij het beïnvloeden van de houding ten opzichte van drugs en drugsgebruik de belangrijkste doelstelling is. Ter ondersteuning hieraan wordt een kernboodschap en herkenbare huisstijl ontwikkeld. Het beïnvloeden van houding en gedrag zijn hierbij belangrijke doelstellingen.

3. Regionale en integrale samenwerking
De betrokken partijen (en netwerkrelaties) werken samen aan bovenregionale aanpak waarbij wordt gestreefd naar een consistent regionaal beleid op gebieden waarbij duidelijkheid voor inwoners gewenst is en een ‘waterbed effect’ kan worden voorkomen. Hierbij valt te denken aan evenementenbeleid en horecabeleid. Tevens wordt er in het project gekeken hoe er gezamenlijk kan worden opgetrokken op het gebied van handhaving.



Het preventiemodel van Reynolds (2003, zie afbeelding) is uitgangspunt waarbij er op het snijvlak Communicatie/ Educatie, Beleid en Regelgeving en Handhaving sprake is van een effectieve preventieaanpak.

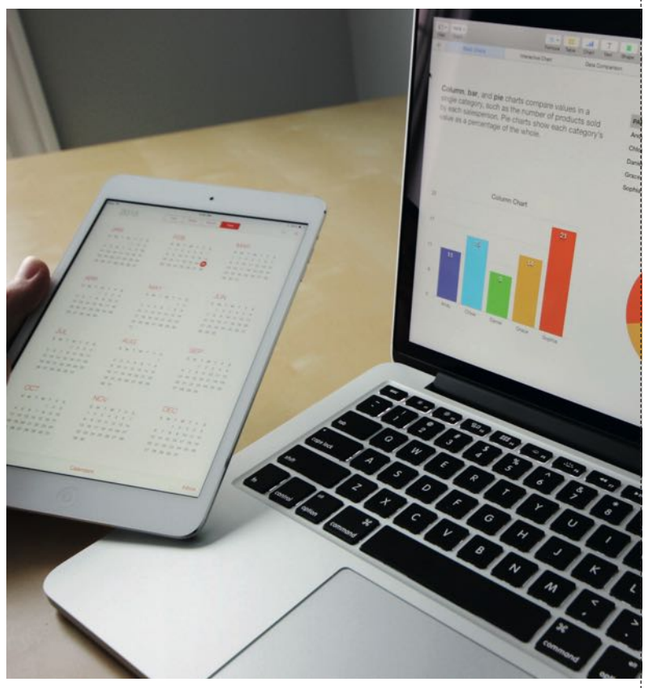
DEELGEBIED 1

De monitor

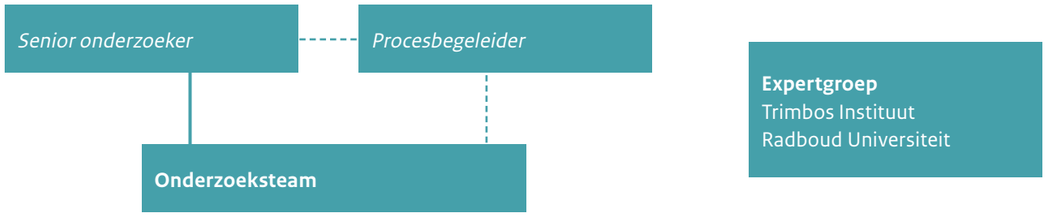
Voor de uitvoering van de monitor wordt door de onderzoekscommissie een plan van aanpak uitgewerkt. Daarom beschrijven we in dit uitvoeringsplan alleen de doelstelling, hoofdactiviteiten en mijlpalen van dit deelgebied.

Doel:
In beeld brengen van
- Drugsgebruik in de regio ('harde' en 'zachte' feiten en cijfers), terug te vertalen naar lokale informatie.
- Inzicht in houding en gedrag van doelgroep en omgeving.
- Beeld van factoren die houding en gedrag beïnvloeden.

Hoofdactiviteit
De ontwikkeling van een onderzoeksmonitor waardoor we een goed en betrouwbaar beeld krijgen van het gebruik van drugs onder jongeren en jongvolwassenen in de regio. We richten ons daarbij niet alleen op het gebruik in aantallen maar zijn zeker ook benieuwd naar het 'waarom' van het gebruik. Wat zijn argumenten, triggers en wat is nu eigenlijk de huidige norm?
De monitor moet zo worden opgesteld dat deze vaker in te zetten is. De monitor wordt uitgevoerd in projectjaar 1 en zal een vervolg krijgen in projectjaar 4.



Projectorganisatie Onderzoekscommissie



Aandachtspunten

- Het coronavirus zorgt voor een andere vrijetijdsbesteding bij de doelgroep. Evenementen gaan niet door en de horeca is gesloten. Het is aannemelijk dat deze situatie van invloed is op het gebruik en op de manier waarop jongeren over drugs praten of handelen. Een advies hierover maakt onderdeel uit van de onderzoeksopzet.

- Eén van de uitgangspunten uit het projectplan is dat we niet wachten op de resultaten van de monitor voordat we met het uitrollen van een campagne en het ontwikkelen van interventies aan de slag gaan. In de monitor wordt rekening gehouden met een eventuele invloed hiervan op de onderzoeksresultaten.

- In de aanloop naar het opstellen van een communicatiestrategie en het uitwerken van een creatief concept hiervoor, wordt door een jongerencommunicatiebureau onderzoek gedaan. Deze resultaten hebben geen wetenschappelijke basis maar gebruiken we wel bij bijvoorbeeld het opstellen van de vragenlijsten voor de monitor.

- Ook voor de monitor hebben we de medewerking nodig van de jongeren en jongvolwassen. Een creatieve benadering van deze doelgroep zal onderdeel uitmaken van het plan van aanpak voor de monitor. Ook zal er aandacht zijn voor een aanpak waarbij de doelgroep zich veilig voelt om betrouwbare informatie te geven.

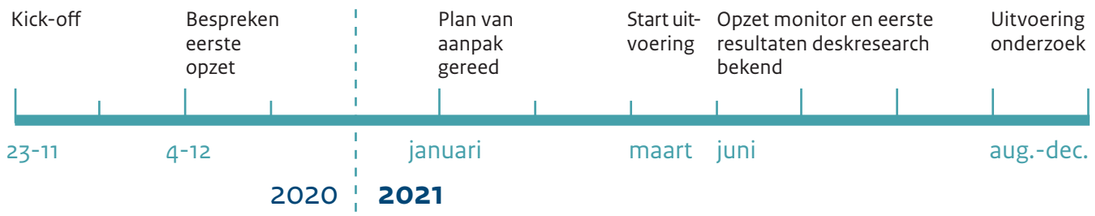
Financiën
Voor de uitvoering van de monitor is een subsidie toegekend door het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Deze subsidie wordt in delen uitgekeerd waarbij het zwaartepunt van de beschikking ligt in de jaren dat de monitor daadwerkelijk wordt uitgevoerd, projectjaar 1 en 4. De uitvoering van de monitor maakt onderdeel uit van de totaalbegroting van het project.

Onderzoekscommissie
De onderzoekscommissie bestaat uit:
- **Senior onderzoeker**
  - Verantwoordelijk voor het opstellen van het onderzoeksplan
  - Aansturen onderzoeksteam
- **Procesbegeleider**
  - Verantwoordelijk voor het sturen op proces
  - Verbinding met stuurgroep
- **Onderzoeksteam**
  - Verantwoordelijk voor uitvoering onderzoek onder aansturing van senior onderzoek
- **Expertgroep**
  - Kritisch klankbord en sparringpartner voor innovatieve onderzoeksmethoden

Mijlpalen

De monitor wordt uitgevoerd in projectjaar 1 en in projectjaar 4
Voor projectjaar 1 wordt een uitgebreide projectplanning onderdeel van het plan van aanpak. Onderstaande mijlpalen vormen hierbij de leidraad.

Mijlpalen monitor





DEELGEBIED 2

Communicatie en educatie

Voor de communicatie over het project en de communicatiecampagne van het project worden een communicatiestrategie uitgewerkt. Hieronder worden de hoofdlijnen beschreven:

Het deelgebied Communicatie bestaat uit twee onderdelen:
a. Communicatie over het project
b. Communicatiecampagne: De communicatie die bijdraagt aan het realiseren van de projectdoelstellingen te bereiken. Bewustwording en educatie.

a. Communicatie over het project:

Doelen:
Intern:
- Partners in het project (ambtelijk en bestuurlijk) informeren over het project en enthousiast maken voor deelname aan het project (financiën en ambtelijke slagkracht). Hierbij aandacht voor verwachtingsmanagement; wat kost deelname aan tijd en energie, waarom is het belangrijk en wat levert het op.
- Het in beeld brengen van de toegevoegde waarde van het project door kennis en mooie voorbeelden alvast met elkaar te delen en door duidelijk in beeld te brengen welke resultaten mogen worden verwacht.

Extern:
- 'Sense of urgency' en bekendheid vergroten met oog op subsidiegelden en regionale en landelijke samenwerking met relevante partners.

Hoofdactiviteiten
- Informeren en 'meenemen' van betrokken partners en het netwerk (uitvoering, beleid en bestuur), olievlekwerking
- Media-aandacht, agenda setting, het project 'op de kaart zetten'
- Netwerken
- Ontwikkelen communicatiekalender
- Projectenwebsite en nieuwsbrief

Uitgangspunten
Om het project goed te kunnen 'verkopen' aan interne en externe doelgroepen en ons netwerk is het belangrijk dat het project op korte termijn 'een gezicht krijgt'. Het ontwikkelen van een kapstok in de vorm van een kernboodschap en huisstijl is een van de eerste acties.

Media-aandacht kunnen we het best organiseren op momenten dat we ook echt iets nieuws te vertellen hebben. Dit kan zijn de lancering van de boodschap zijn maar zeker ook de successen die we bereiken in de proeftuinen zijn hiervoor erg geschikt. Daarnaast is het van belang alert te zijn op natuurlijke momenten die ontstaan van uit de media-aandacht voor drugs of een aan drugsgerelateerd onderwerp.

b. Bewustwording en educatie:

Doelen:
- Informeren over en bewustmaken van (drugs)gebruik en de effecten hiervan op je gezondheid, je maatschappelijk en sociaal leven en de criminaliteit met een boodschap die past bij de betreffende doelgroep en deze doelgroep bereikt en raakt.
- Positieve en effectieve framing van de boodschap waarbij het niet draait om ongewenst gedrag maar om positieve alternatieven.
- Maatschappelijk draagvlak verkrijgen om met elkaar in gesprek te gaan over denormalisering van drugsgebruik.

Hoofdactiviteiten
- Komen tot een krachtige kernboodschap die is ontstaan uit en aansluit bij de belevingswereld van de doelgroep
- Een regionale communicatiestrategie met maatwerk in de vertaling naar lokale tactiek en uitvoering

Hieruit volgt:
A. Communicatie:
- Een communicatiecampagne met een sterke kernboodschap en een aansprekende huisstijl.
- Deze campagne wordt opgesteld in samenwerking met de doelgroep, de jongeren en hun omgeving en professionals.
- Een communicatiekalender zodat de communicatie op strategische momenten wordt ingezet.
- We sluiten waar het kan ook aan bij landelijke campagnes of de landelijke actualiteit.

B. Interventies:
Enerzijds vormt het project een inspiratiebron en voedingsbodem voor lokale ideeën en interventies. Deze lokale interventies worden vanuit het project gestimuleerd en ondersteund en daarna via de toolkit als voorbeeld beschikbaar gesteld aan de regio. Op deze manier maken we gebruik van de lokale energie en kunnen we relatief snel successen vieren en delen.
Anderzijds worden ook vanuit de centrale coördinatie van het project interventies ontwikkeld. De resultaten van de monitor en/of de signalen vanuit het werkveld (kopgroep/werkgroepen) vormen de aanleiding en de input voor het ontwikkelen van deze interventies. Deze interventies worden ontwikkeld in samenwerking met kopgroep en werkgroepen en worden afgestemd met de expertgroep en voorgelegd aan de stuurgroep.

Uitgangspunt uitwerking communicatiecampagne

Het *bereiken* van de doelgroep jongeren en jongvolwassen begint met het eerst goed *begrijpen* van deze doelgroep. Door jongeren te betrekken weet je welke ideeën, gevoelens en behoeftes zij hebben omtrent een vraagstuk. Doordat je weet wat jongeren denken, voelen en willen sluit een concept of communicatiestrategie echt aan bij jongeren en bereik je ze ook werkelijk.

Hierin volgen we de volgende stappen (methode communicatiebureau Jong en Je Wil Wat)
1. Betrekken
2. Begrijpen
3. Bereiken

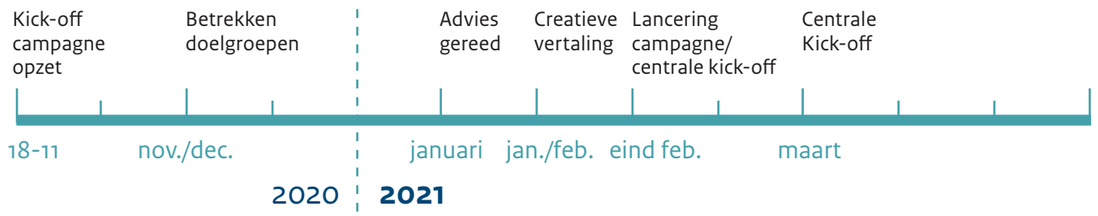
De organisatie van de communicatie

Communicatie vormt het kloppende hart van het project. Het is niet alleen een van de benoemde deelgebieden in het project maar ook een smeermiddel in het bereiken van de projectdoelstellingen in de breedste zin van het woord. Communicatie is daarom niet een aparte werkgroep maar integraal onderdeel van de kopgroep en de werkgroepen. Daarnaast wordt er ook communicatiecapaciteit ingezet in de uitvoering van de monitor.

Voor het opzetten van de communicatiestrategie, de kernboodschap en huisstijl wordt daarnaast samengewerkt met een communicatiebureau dat is gespecialiseerd in jongerencommunicatie en een creatief bureau dat in vormgeving en stijl de doelgroep weet de raken.

Gedurende de looptijd van het project worden ad hoc brainstormsessies georganiseerd met communicatieprofessionals uit de regio. Deze sessies worden vooral gebruikt bij communicatie acties als het organiseren van kick-off evenement of een webinar.

Mijlpalen communicatie



DEELGEBIED 3

Integrale aanpak

De betrokken partijen (en netwerkrelaties) werken samen aan bovenregionale aanpak waarbij wordt gestreefd naar een consistent regionaal beleid op gebieden waarbij duidelijkheid voor inwoners gewenst is en een 'waterbed effect' kan worden voorkomen. Hierbij valt te denken aan evenementenbeleid en horecabeleid. Daarnaast wordt bekeken hoe er regionaal kan worden samengewerkt op het gebied van veiligheid en handhaving.

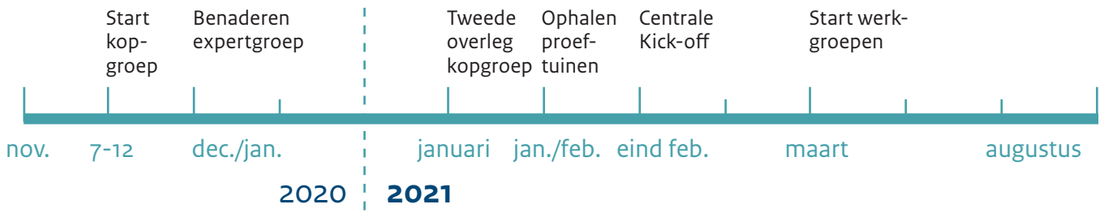
Doelen:
- In samenwerking met de gemeentelijke partners in de regio te komen tot een brede, regionale aanpak waarin ruimte is voor lokale vormgeving. Hierbij waar nodig ook de samenwerking te zoeken met gemeente-overstijgende partners zoals het Integraal Veiligheidsbureau, politie en OM.
  - Intergemeentelijk beleid en regelgeving (bijv. evenementen, horeca en verenigingsleven)
  - Effectief en doelmatig handhavingsbeleid

Hoofdactiviteiten
- Binnen de projectstructuur een kopgroep en werkgroepen opstarten die aan de hand van praktijkcasussen naar mogelijkheden voor consistentie in beleid, regelgeving en handhaving.
- Het is hierbij van belang dat zowel de kopgroep als de werkgroepen een brede afspiegeling bevatten van het betrokken werkveld zodat vanuit de verschillende invalshoeken naar het beleid, de regels en de handhaving kan worden gekeken.
- Toolkit met interventies. We werken enerzijds met lokale praktijkcasussen waarbij we in 'een proeftuin' de interventies uit kunnen proberen voordat deze regionaal beschikbaar worden uitgerold. We volgen hierin de werkwijze van het eerder doorlopen alcoholproject 'Laat je niet flessen'. Anderzijds zullen ook thema's vragen om centrale (regionale) ontwikkelingen van interventies bijvoorbeeld op het gebied van evenementenbeleid.

Uitgangspunten
- Anders dan in het oorspronkelijke plan van aanpak staat beschreven wordt in de projectorganisatie gestart met een kopgroep. Deze kopgroep is een klankbord voor de projectleider en gaat aan de slag met het formuleren en specifieker maken van de uitgangspunten en het slaan van de piketpaaltjes. Hiermee gaan de werkgroepen vervolgens uitvoering aan geven. De kopgroep loopt voorop in het project en heeft in de deze rol ook een belangrijke taak als ambassadeur voor het werven van werkgroepleden.
- Vele handen, maken licht werk. Op iedere gemeente wordt een appèl gedaan om mee te doen in de werkgroepen en/of een voorbeeld project aan te dragen.
- We gaan pas echt van start met deelgebied 3 als het project een duidelijke boodschap en aansprekend gezicht heeft als kapstok.



Mijlpalen samenwerking



Projectorganisatie

Alle betrokken partijen hebben afvaardiging in de stuurgroep.

Gemeenten
- Participeren in werkgroepen
- Zorgdragen voor verankering in lokaal beleid
- Betrekken inwoners bij het project

GGD-en
- Participeren in werkgroepen
- Input leveren op basis van ervaring preventie
- Netwerkfunctie
- Klankbord voor projectleider

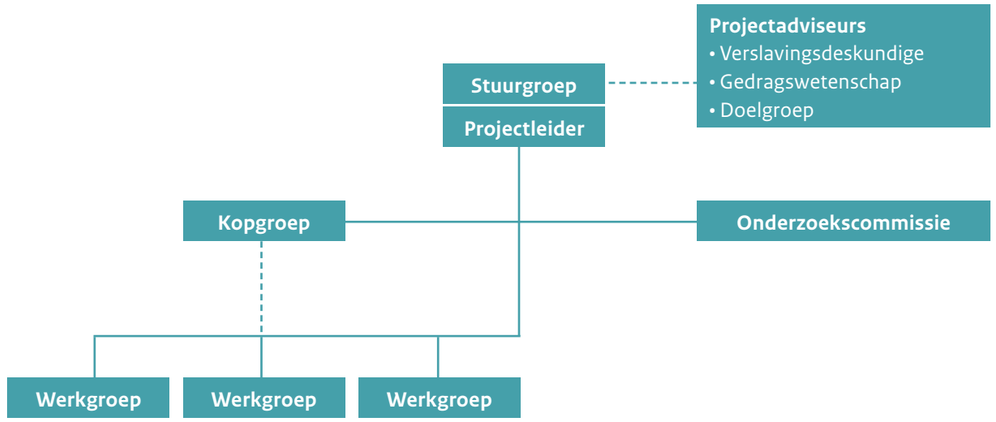
Novadic Kentron
- Uitwerken visie ism de projectleider
- Participatie in werkgroepen en in de activiteiten die nodig zijn om de doelen in het project te realiseren

Expertgroep
Klankbord en kritische sparringpartner
- Gedragswetenschapper
- Professionals uit vakgebied/verslavingskunde (o.a. Pieter Tops)
- Jongeren en hun ouders/jongerenpanel
- Trimbos Instituut



In onderstaand organogram staat de structuur van de projectorganisatie weergegeven.
- De partners die betrokken zijn bij het project participeren allemaal in de stuurgroep. De gemeenten worden hierin vertegenwoordigd door bestuurders uit beide GGD-regio's.
- De projectadviseurs zijn externe deskundigen en fungeren als klankbord en kritische spiegel op de te ontwikkelen interventies, campagne, regelgeving en beleid. Dit kunnen wisselende professionals zijn die we naar behoefte, en op onderdelen, bij het project betrekken.
- Onderzoekscommissie bestaat deels uit onderzoeksspecialisten van de partners GGD BZO en GGD HVB en Novadic Kentron. Ook aan deze onderzoeksgroep wordt een extern klankbord toegevoegd.
- De exacte rolverdeling staat verder uitgewerkt in de bijlagen van het plan van aanpak van het project.

Onderzoekscommissie



DRUGS, WAT DOET HET MET JOU?

Regioproject 'Denormalisering drugsgebruik' in politieregio Oost-Brabant



Contact
Lieke Vogels
Projectleider / Aanjager
lvogels@meierijstad.nl
Tel.: 06 - 1108 2878