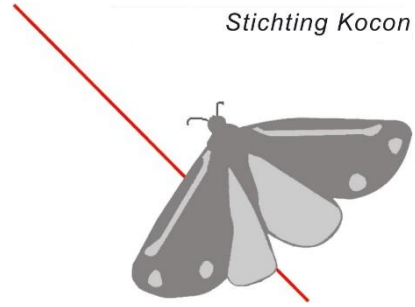


Stichting Kocon



Eindverantwoording Drugscampagne 2025 - 2026

Aanvulling op Verantwoording Drugscampagne 2023-2024

Inleiding

Middels dit schrijven verzoekt Kocon vaststelling van de Incidentele subsidieverleningen ASV voor het ontwikkelen van een drugsaanpak:

- 2023 met kenmerk Z2926674D3085407¹ dd. 21 maart 2023.
- 2024 met kenmerk Z3350658D3350666² dd. 14 februari 2024.

Voor 2023 en 2024 zijn eerder een tussentijdse verantwoording³ en een verantwoording voor 2023 en 2024⁴ aangeleverd. In de laatstgenoemde verantwoorde Kocon een overschot van €32.100,96 en een globaal plan voor invulling hiervoor volgens afspraak gemaakt tijdens BO dd. 29 november 2024. In 2025 is in overleg met de gemeente een vervolg programma Drugscampagne uitgeschreven en voorgelegd aan de partners. Gemeente Katwijk afdeling Subsidies heeft Kocon dd. 15-7-2025⁵ en 10-11-2025 geïnformeerd dat de termijn voor verantwoording naar april 2026 is verplaatst. Wij verantwoorden de activiteiten die in 2025 en 2026 uitgevoerd zijn om de Drugscampagne af te sluiten.

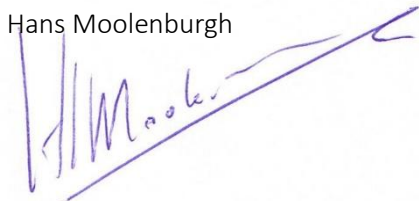
1. INZET OP DRUGS VANUIT ACTIVITEITENPLAN 2025 -2026 EN OVERHEAD.....	3
2. ONTWIKKELINGEN DRUGCAMPAGNE 2025-2026.....	4
2.1 Aanpassingen website Ouders van Katwijk.....	4
2.2 Aanscherping opvoedregels.....	5
2.3 Taskforce Katwijkse Jeugd.....	6
2.4 Posteractie.....	8
2.5 Lasergame november 2025.....	9
2.6 De 40 dagen challenge: 18 februari 2026 - 4 april 2026.....	9
Wat is er nodig?	11
FINANCIËLE VERANTWOORDING.....	12
BIJLAGE: DE REGELS VAN KATWIJK.....	14

[Onderzoeksrapport lokale drugsaanpak Katwijk 2024.](#)

De Drugscampagne is in 2023 onder andere opgezet naar aanleiding van ernstige druggerelateerde incidenten. De GGD monitoring in Katwijk laat zien dat Katwijk qua drugsgebruik al jaren onder het regionaal en landelijk gemiddelde zit. Tegelijkertijd dwingen de signalen van jongerenwerkers en politie over het gebruik van drugs en de verharding van de drugscriminaliteit tot nadere actie. Het actieplan zoals destijds geschreven is gaande het proces op veel punten aangepast. Sommige plannen waren niet realiseerbaar, zodat andere routes werden gezocht en gevonden. Uiteindelijk is het gelukt om met de Drugscampagne een groot publiek te bereiken, er zijn veel organisaties en verenigingen betrokken die actief meedenken, er zijn structurele maatregelen getroffen. De problemen op het gebied van sociale veiligheid en drugs staan niet op zich. Daarom is Kocon in het kader van de Drugscampagne gestart met de Taskforce Katwijkse Jeugd.

Alhoewel het op dit moment qua signalen rond drugsgebruik rustiger is dan voorheen is het te vroeg om het verband te leggen met de Drugscampagne. Het blijft een proces van de lange adem. Daarom denken wij dat een aantal activiteiten gecontinueerd moeten worden. Wij willen de gemeente vragen dit te faciliteren.

Hans Moolenburgh



¹ [20230321 Herziene beschikking 2023 flexibel werkbudget drugs- Incidentele subsidie ASV Drugsaanpak 2023. Kenmerk Z2926674D3085407]

² Bij ons in archief als: [20240214 Incidentele Subsidie Drugsaanpak ASV 2024]

³ [20240429 Kocon- Drugscampagne; tussentijdse verantwoording 2023 – definitief]

⁴ [20250403 Kocon- Drugscampagne; verantwoording 2023 2024 – vastgesteld]

⁵ Verzonden: dinsdag 15 juli 2025 15:33 Onderwerp: MAG 22-24 | Analyse eindverantwoording| St. Kocon aanvullende vragen

1. INZET OP DRUGS VANUIT MIDDELEN ACTIVITEITENPLAN 2025-2026 EN OVERHEAD

Enkele activiteiten van de Drugscampagne zijn in 2024 opgenomen in Activiteitenplan 2025-2026⁶. Deze activiteiten worden bekostigd vanuit de MAG en de ASV. Partners van Kocon hebben hiervoor subsidieaanvragen gedaan. Deze activiteiten worden door de partners vanuit de MAG en ASV verantwoord, maar zijn hier opgetekend voor de integraliteit. Kocon heeft voor 2025 een gezamenlijke Monitor 2025⁷ en een tussentijdse verantwoording 2025⁸ voor eigen aandeel opgeleverd.

ACTIVITEITENPLAN 2025-2026			
MAG- Gezonde Leefstijl	0	PLAN DO CHECK ACT CYCLUS (PDCA) zie Aanpassingen website Ouders van Katwijk zie Aanscherping opvoedregels zie Fout! Verwijzingsbron niet gevonden. zie Taskforce Katwijkse Jeugd	HECHT GGD, WZK, SCC, Brijder, Brug en Taaldeskundige
MAG- Gezonde Leefstijl	1.4	DOORONTWIKKELING DIGITAAL PLEIN EN ZORGPAGINA UP-TO-DATE HOUDEN zie Aanpassingen website Ouders van Katwijk zie Aanscherping opvoedregels	SCC, WZK, Hecht GGD, Brijder En Brug
MAG- Gezonde Leefstijl	2.1	MIDDELENPREVENTIE IN HET VOORTGEZET ONDERWIJS	HECHT, GGD en WZK
MAG- Gezonde Leefstijl	2.2	MENTAAL WELBEVINDEN ONDER JONGEREN	SCC en WZK
MAG- Sociale Veiligheid	2.3.a	VOORLICHTING OUDERS PRIMAIR ONDERWIJS	niet gehonoreerd
MAG- Gezonde Leefstijl	2.3.b	TRAINING LEERLINGEN GROEPSDRUK	WZK
MAG- Sociale Veiligheid	1.5b	DEALEN MET DRUGS, VAPEN en SOCIAL MEDIA	SCC, WZK, Brug en HECHT GGD
Openbare Orde en Veiligheid (ASV)	3.2	MIDDELENGEBRUIK EN JEUGD	Geschrapt
Openbare Orde en Veiligheid (ASV)	4.2	TASKFORCE: FOCUS MET JEUGD zie Taskforce Katwijkse Jeugd	WZK en GGD
OVERHEAD KOCON 2025-2026			
MAG- Gezonde Leefstijl		Budget Digitaal plein (abonnement en Zorgpagina) zie Aanpassingen website Ouders van Katwijk	Kocon

⁶ [20240911 KOCON ACTIVITEITENPLAN 2025-2026]

⁷ [20260123 KOCON ACTIVITEITENPLAN 2025-2026- Monitor 2025]

⁸ [20260226 KOCON MAG 2025- 2026 Tussentijdse verantwoording 2025 – def]

2. ONTWIKKELINGEN DRUGCAMPAGNE 2025-2026

2.1 Aanpassingen website Ouders van Katwijk

De omgeving van jongeren bepaalt hoe zij zich ontwikkelen. Ook drugsgebruik is sterk gerelateerd aan de sociale omgeving van jongeren. Om ouders beter te bereiken hebben wij kritisch gekeken naar de methodes die wij hiervoor gebruiken. Daarbij hebben wij een beroep gedaan op Nienke Slagboom. Zij heeft onderzoek gedaan naar gezondheidsongelijkheid in gezinnen in Katwijk.⁹ N.a.v. haar onderzoek heeft zij aanbevelingen opgesteld die voor een preventief programma van belang zijn. We hebben een werksessie belegd met Nienke Slagboom.¹⁰ De resultaten van het onderzoek van Nienke Slagboom zijn onderzocht en benut voor verdere invulling van ons preventief programma rond kwetsbare gezinnen.

Aanbevelingen uit Onderzoek Nienke Slagboom:

- **Integrale samenwerking**
- **Onthoudt de lange arm van geschiedenis.** In de overdracht leeft het nog (wantrouwen overheid en professionals).
- **Familie is achilleshiel van moeder.** Is er steun voor moeder? Is er aandacht voor de mannelijke familieleden?
- **Gelederen sluiten:** inmenging is gripverlies, reputatierisico's beroep op loyaliteit, deur sluiten betekent niet dat er geen zorgen zijn.
- **Taal voor zorgen herkennen.** Voorbeelden 'die lust er wel eentje', 'tanken', bij alcoholisme vaak in ontkenkende vorm om vervolgens alle problemen binnen de ontkenning daarbij wel te beschrijven.
- **Volg of neem een omweg:** aansluiten bij veerkracht, praat over anderen a.d.h.v. een casus, communiceren via rolmodellen, denk aan familie-eer, verlaag drempel door eigen ervaringen te delen.

Deze aanbevelingen hebben consequenties gehad op de manier **waarop** wij ouders verder zijn gaan benaderen. Ook is het één van de redenen geweest om een redacteur- met deskundigheid op het gebied van taal en het bereiken van "lastige" doelgroepen- voor de website DigitaalPleinKatwijk.nl (inmiddels OudersvanKatwijk.nl) aan te trekken. De taal die we gebruiken om de boodschap over te brengen moet goed aansluiten bij de doelgroepen. Artikelen en zoekfuncties op de website zijn kritisch doorgenomen en aangepast. Zo is op haar advies de vertaalfunctie Google Translate op de website ingevoerd voor de verschillende te onderscheiden talen die gebezigd worden door bewoners van Katwijk.

Verder heeft het geleid tot de bovenstaande naamswijziging van de website in het 2^{de} kwartaal van 2025. Dit heeft geresulteerd in een grotere herkenbaarheid, een duidelijke doelgroep en een betere naamsbekendheid. Met deze wijziging is geanticipeerd op de overgang van de preventieve activiteiten van Kocon naar OKO (Opgroeien in een Kansrijke Omgeving)¹¹. De website heeft een gemiddeld bereik van 10.000 actieve bezoekers per jaar (dit betreft bezoekers die niet alleen maar even kijken, maar ook artikelen lezen).

Financiering

Inzet is gerealiseerd vanuit Activiteitenplan 2025-2026 (0. & PDCA voor actieve deelname van het Preventieteam en 1.4 DOORONTWIKKELING DIGITAAL PLEIN EN ZORGPAGINA UP-TO-DATE HOUDEN voor overzetten en inregeling door Social Content Creators). De technische aanpassingen aan de website zijn bekostigd vanuit Overhead Kocon 2025-2026¹². Voor deze activiteit zijn geen uitgaven vanuit het budget gedaan.

⁹ (Slagboom, M.N. (2023) Turning the tide: countering syndemic vulnerability in a Dutch fishermen community. Voor meer informatie over Nienke Slagboom en haar onderzoek: [lumc.nl: gezondheids- en sociale problemen gaan vaak hand in hand](https://lumc.nl/gezondheids-en-sociale-problemen-gaan-vaak-hand-in-hand).

¹⁰ [Overleg Kocon campagne PDF Nienke Slagboom] en [20240130 Platform Kocon- Notulen bijeenkomst dd 9 januari 2024]

¹¹ Voor meer informatie, zie: <https://www.trimbos.nl/aanbod/programmas/opgroeien-in-een-kansrijke-omgeving/>

¹² Z3524636D3579545.

2.2 Aanscherping opvoedregels

Zoals eerder aangegeven was het oorspronkelijk de bedoeling samen met ouders opvoedregels te formuleren. Het lukte echter niet om ouders deel te laten nemen aan de focusgroepen ondanks pogingen hiertoe in het primair en voortgezet onderwijs. De voorbereidingen van de originele activiteit zijn meegenomen richting het debat met de Jeugd.

Eind 2023 is een nieuwe aanpak uitgedacht- en ingezet- om alsnog de doelgroepen te bereiken en de beoogde informatie op te halen. Dankzij deze aangepaste aanpak zijn de beoogde doelen van de focusgroepen alsnog behaald. De beoogde ouders zijn bereikt en duidelijk is geworden waar de behoefte ligt van ouders.

De preventiemedewerker van HECHT GGD heeft- in samenwerking met Jongerenwerk Welzijnswartier - de stellingen en interviewvragen voor het onderzoek vormgegeven. Daarnaast heeft de preventiemedewerker van HECHT GGD diverse groepen ouders via de scholen benaderd. Jongerenwerkers van Welzijnswartier hebben ouders van kinderen in het primair onderwijs op schoolpleinen benaderd en geïnterviewd. Daarnaast zijn ouders van jongeren in het voortgezet onderwijs via de eigen kanalen benaderd en geïnterviewd. [Onderzoeksrapport lokale drugsaanpak Katwijk 2024](#) is door Welzijnswartier opgeleverd. Het onderzoek heeft in 2024 plaatsgevonden en is eerder verantwoord.¹³

Het onderzoek richtte zich op de vragen die ouders hebben rond de opvoeding. Er is bewust gekozen voor een bredere insteek dan alleen drugsgebruik, om te voorkomen dat ouders zouden afhaken. Een deel van de vragen betrof de impact van de digitale media en middelengebruik, drugsgebruik is bevraagd in de context van gezinnen met opgroeiende kinderen.

Aan het onderzoek hebben in totaal 102 ouders meegewerkt, verdeeld over ouders van basisschoolleerlingen (52) en ouders van leerlingen in het voortgezet onderwijs (50). Er zijn 102 enquêtes afgenomen. Daarnaast zijn er diepte-interviews gehouden met 20 representatieve ouders. De resultaten zijn beschreven in het rapport.

Begroting Drugscampagne 2025-2026 is komen te vervallen.

Beschikbaar subsidiebudget

32.100,96

<u>Besteding 1-1-2025 t/m 31-12-2025</u>	€.....
Social Content Creators - Taskforce podcast & ontwerp posters	2.541,00
Jongerenwerk Welzijnswartier Lasergamen	3.000,00
21-05-2025 Facebook Payments, social media Posteractie/Taskforce	500,00
Totaal 2025	6.041,00

<u>Besteding 1-1-2026 t/m 30-04-2026</u>	€.....
Regels van Katwijk	
GSP - Drukwerk Regels van Katwijk 3/3	570,62
Social Content Creators - Content 1/1	9.740,50
Posteractie	
ESH - Drukwerk Posteractie 2/2	5.620,45
40 dagen challenge	
Social Content Creators - Content 2/2	4.870,25

¹³ [20250403 Kocon- Drugscampagne; verantwoording 2023 2024 – vastgesteld]

Moolenburgh media - Content				288,89
Social media en vindplek				
Facebook Meta 1/1				500,00
AtSea Design & Media Website Taskforce en 40 dagen challenge				4.250,00
	Totaal 2026	u	u	25.840,71

Uitkomsten uit Onderzoek Lokale Drugsaanpak 2024

De resultaten schetsen een beeld van betrokken, maar ook zoekende ouders. De grootste thema's bij ouders zijn: de balans tussen controle en vertrouwen, het omgaan met digitale risico's, en de zorgen over middelengebruik en groepsdruk.

Ouders hebben beperkte kennis over middelen (alcohol, drugs, vaperen) en de effecten van het gebruik. Ouders hanteren regels omtrent vaperen, maar missen bewustwording over gevaren. Vooral nieuwe drugs roepen vragen op. Zij missen de kennis over signalen van het gebruik van drugs.

Ouders zien sociale media als onvermijdelijk, maar maken zich zorgen over het behouden van de juiste balans.

In hun opvoeding putten zij uit eigen ervaringen en religieuze waarden, maar zij missen praktische ondersteuning.

Ouders benoemen behoefte aan praktische tools en kennisuitwisseling met andere ouders. Ouders verwachten praktische en toegankelijke ondersteuning en concrete handvatten bij opvoedingsthema's vanuit de school, zoals korte, concrete workshops en educatieve video's.

Het onderzoek heeft laten zien waar de vragen van ouders liggen. Het heeft duidelijk gemaakt dat ouders behoefte hebben aan duidelijke kaders in de opvoeding rond thema's als digitale media en middelengebruik. Daarbij heeft het laten zien dat ouders ondersteund willen worden in hun rol als opvoeders, maar dat ondersteuning aan specifieke eisen moet voldoen. De uitkomsten hebben de basis gevormd voor een aantal volgende acties om uiteindelijk wel tot breed gedragen opvoedondersteuning te komen. Maar zoals Nienke Slagboom heeft aangetoond, kan dit niet van bovenaf worden opgelegd. Daarom zijn andere routes en benadering gezocht.

Het 1^{ste} kwartaal 2025 zijn onderzoeksresultaten en aanbevelingen van Rapport Lokaal Drugsaanpak besproken met partners en is implementatie afgestemd. Vervolgens zijn de activiteiten van het Activiteitenplan 2025-2026 en de Drugsaanpak binnen het Preventieteam aangescherpt en bijgestuurd. Naar aanleiding van de uitkomsten van dit onderzoek is in 2025 de content op [OudersvanKatwijk.nl](https://oudersvankatwijk.nl) doorlopen en aangepast.

Financiering

Het onderzoek heeft in 2024 plaatsgevonden en is als eerder verantwoord.¹⁴

De inzet van het Preventieteam voor onderzoek en wijzigen content is gerealiseerd vanuit Activiteitenplan 2025-2026 (0.PDCA en 1.4 DOORONTWIKKELING DIGITAAL PLEIN EN ZORGPAGINA UP-TO-DATE HOUDEN). Voor deze activiteit zijn geen uitgaven vanuit het budget gedaan.

2.3 Taskforce Katwijkse Jeugd

In het kader van de Drugscampagne van Kocon 2023-2024 is in de zomer van 2024 heeft Kocon het initiatief genomen om de Taskforce Katwijkse Jeugd op te richten¹⁵.

De deelnemers is gevraagd mee te denken over:

- de onrust in het dorp op diverse fronten (horeca, voetbal, scholen etc.),
- de escalatie die ontstaat door het gebruik van drugs, vaak in combinatie met alcohol.

¹⁴ [20250403 Kocon- Drugscampagne; verantwoording 2023 2024 – vastgesteld]

¹⁵ In het projectplan werd de samenwerking met de politie genoemd als doel. Aanvankelijk werd dit Code Oranje genoemd. De plannen rond de invoering van Code oranje zijn gestopt, omdat de gemeente de komende tijd de focus op het zorgoverleg wil leggen. Kocon concentreert zich op de preventieve kant. De samenwerking met de politie en Boa's is vervolgens verder ontwikkeld in de Taskforce Katwijkse Jeugd.

- De verharding van de criminaliteit rond drugs met onderlinge afrekeningen, al dan niet vastgelegd op video als waarschuwing naar anderen.
Helaas zijn in 2023 ook drugs gerelateerde liquidatie en portiekaanslagen in Katwijk geweest.

Een aantal mensen uit verschillende sectoren in het dorp is gevraagd om samen tot creatieve oplossingen te komen. Een belangrijk uitgangspunt is dat de voetbalverenigingen en horeca, niet als probleem, maar als de plaats waar oplossingen mogelijk zijn, worden gezien.

Vanaf het najaar 2024 komt de Taskforce Katwijkse Jeugd vrijwel iedere maand bij elkaar. Hierin zijn vertegenwoordigd:

- de voetbalverenigingen Quick Boys, VV Katwijk, F.C. Rijnvogels en Rijnsburgse Boys en recent is Valken 68 aangehaakt
- de Basketbal vereniging Grasshoppers
- Welzijnskwartier Jongerenwerk
- Politie
- Voortgezet onderwijs, recent is het Primair onderwijs toegevoegd.
- HECHT GGD
- Horeca
- Gemeente
- Social Content Creators

Ontwikkeling de Regels van Katwijk

De Taskforce Katwijkse Jeugd richt zich op Sociale Veiligheid. De Horeca heeft aangetoond dat het stellen van duidelijke regels, samen met een streng sanctiebeleid, heeft geleid tot een aanzienlijke reductie van problemen tijdens het uitgaan. Vervolgens zijn van veel organisaties en verenigingen de reglementen opgevraagd en verschillen en overeenkomsten onderkend. Vaak bleken deze documenten onoverzichtelijk, zeer uitgebreid en voor de gemiddelde bezoeker niet zichtbaar. Met de Taskforce Katwijkse Jeugd is besloten om een overzichtelijk stel regels op te stellen, met daaraan gekoppeld een sanctiebeleid. Dit zijn de Regels van Katwijk geworden, zie [BIJLAGE: DE REGELS VAN KATWIJK](#).

De Regels zijn door de Taskforce Katwijkse Jeugd in een volwassenversie opgesteld.

De implementatie van de Regels van Katwijk

Het implementatieproces is in 2025 gevolgd en gevuld vanuit het Preventieteam.

Een belangrijk uitgangspunt is dat de Regels niet vanuit de overheid maar vanuit de maatschappij voortkomen. De keuze hiervoor is gebaseerd op het onderzoek van Nienke Slagboom, waarin zij het wantrouwen richting de overheid verwoordt en laat zien dat van boven af opgelegde regels averechts kunnen werken. Met diverse groepen jongeren- begeleid door jongerenwerkers van Welzijnskwartier- een jongerenversie opgesteld. Het was opvallend hoe positief jongeren waren over de regels.

Vervolgens is- om de regels geleidelijk aan te introduceren- gestart met discussies in Podcasts. In 6 afleveringen werden de regels doorgenomen met mensen vanuit de voetbal, de politiek, jongerenwerk etc. De podcast werden door ongeveer 1000 mensen gevolgd.

[Via deze link zijn de podcasts te beluisteren.](#)

Op 28 januari 2026 zijn de Regels van Katwijk officieel aangeboden aan het College en is er de nodige media-aandacht geweest. De Regels van Katwijk hangen bij de sportverenigingen, op de scholen, het politiebureau, jongerencentra, in de horeca etc. Het is de verwachting dat de Regels van Katwijk net zoals in de horeca als een vast ijkpunt kunnen fungeren. Door de koppeling aan sancties weet iedereen waar hij aan toe is. Vervolgens is het essentieel dat dit ook wordt gehandhaafd. Het gesprek daarover wordt binnen de Taskforce Katwijkse Jeugd gecontinueerd.

Met het primair onderwijs is sinds kort overleg en inmiddels is ook deelname aan de Taskforce Katwijkse Jeugd gestart. Een werkgroep gaat nu samen met kinderen een kinderversie van de Regels van Katwijk

maken. Vervolgens zal aan de besturen c.q. scholen gevraagd worden de Regels van Katwijk in kindversie na de zomer op de scholen te introduceren. Wij hopen dat deze introductie aanleiding geeft om met ouders het gesprek over gezamenlijk gedragen normen en waarden en opvoedregels te starten.

De meest efficiënte en kostenbesparende preventieve middelen voor preventie bestaan uit regelgeving en handhaving. Daarom is het de verwachting dat de Regels van Katwijk een belangrijke rol zullen spelen in de sociale veiligheid van ons dorp en in het verminderen van drugsgebruik en druggerelateerde criminaliteit.

Financiering

Ureninzet van Jongerenwerk en preventiemedewerker GGD komen vanuit de PDCA van het Activiteitenplan 2025-2026. Productiekosten (ontwerp, organisatie en productie podcasts door Social Content Creators, Posters & social media) rusten op deze afrekening.

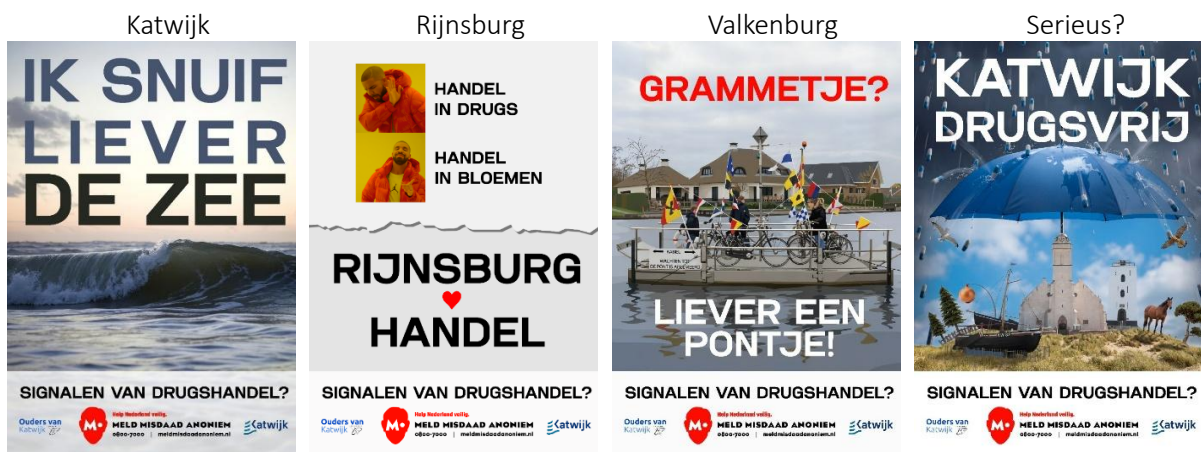
Vervolg na de Drugscampagne

De Regels van Katwijk geven grenzen aan. Jongeren hebben grenzen nodig, maar tegelijkertijd moeten zij elkaar kunnen ontmoeten, uitgaan en experimenteren. Binnen de Taskforce Katwijkse Jeugd worden de mogelijkheden hiertoe verkend. Daarbij wordt onder andere gekeken of de sportfaciliteiten ook een mogelijkheid kunnen bieden tot veilig uitgaan.

De drugsverkoop verloopt voor een aanzienlijk deel online. Met de Taskforce Katwijkse Jeugd zal verder verkend worden hoe ook de online wereld van jongeren veiliger kan worden. Online beïnvloeding en toegang tot drugs zal hier in meegenomen worden.

2.4 Posteractie

De Drugscampagne kent verschillende doelgroepen met soms tegenstrijdige belangen. De discussie over de toon en focus van de Posteractie is uitgebreid gevoerd. Vanuit hulp en ondersteuning wordt aangegeven dat de postercampagne in strijd is met de onderzoeken en handreikingen van Trimbos t.a.v. pr-uitingen. In Rotterdam is een dergelijke actie met een hele harde boodschap niet goed verlopen. We onderschrijven wel allemaal dat we met elkaar een wereld in stand houden waar ontzettend veel jongeren aan onder doorgaan en de handel in stand gehouden wordt die steeds meer grip op onze maatschappij krijgt. Het compromis is gevonden in een posteractie met een knipoog, voor een iets luchtigere boodschap, maar wel een serieuze ondertoon. De boodschap op Ouders van Katwijk wordt omgebogen naar andere doelgroepen waarbij we hulprichting kunnen aangeven.



Gedurende 5 weken hebben in januari en februari 2025 in de drie dorpskernen posters gehangen om mensen alert te maken op drugshandel. Met de posteractie is gewaarschuwd voor de druggerelateerde criminaliteit. Op de posters stond hoe mensen melding kunnen doen van drugsoverlast en handel via [MELD MISDAAD ANONIEM](#). Dit is in nauw overleg met de politie en de organisatie van MELD MISDAAD ANONIEM gedaan. Via Ouders van Katwijk is een eenduidig makkelijk bereikbaar hulpaanbod gerealiseerd m.b.v. de Brug en Brijder.

De posters in de dorpskernen waren overal zichtbaar en leidden tot veel gesprek en aandacht van de pers. De gelijktijdige online campagne heeft in totaal 30.323 mensen bereikt en 135.800 weergaven gerealiseerd. Dat betekent dat de doelgroep de uitingen gemiddeld meerdere keren heeft gezien, wat sterk is voor herkenning en boodschap-retentie. De best presterende individuele poster was “Ik snuif liever de zee” (Katwijk) met 11.220 bereik en 31.198 weergaven. De breed ingezette “Katwijk drugsvrij”-poster behaalde het grootste totaalresultaat met 20.249 bereik en 60.441 weergaven, wat laat zien dat deze uiting het sterkst was in algemene zichtbaarheid en herhaling. De andere varianten presteerden stabiel maar lager.

Het is nog te vroeg om aan te geven of er daadwerkelijk meer drugshandel wordt gemeld. Maar het doel van de actie, alertheid en drugshandel onder de aandacht brengen is gehaald.

Financiering

Productiekosten (ontwikkel en productiekosten Posters & social media) rusten op deze afrekening.

2.5 Lasergamen

In het kader van de lokale drugsaanpak is er vanuit het jongerenwerk, met middelen vanuit Platform Kocon, een lasergame-activiteit georganiseerd voor jongeren in de wijk. Het doel van deze activiteit was om jongeren een positieve en sportieve vrijetijdsbesteding te bieden en tegelijkertijd het contact tussen jongeren, jongerenwerk en de politie te versterken.



Binnen de lokale drugsaanpak is het belangrijk dat jongeren, jongerenwerk en politie elkaar op een positieve en informele manier kunnen ontmoeten. Wanneer jongeren de politie alleen zien in handhavingssituaties kan er sneller afstand of wantrouwen ontstaan. Door elkaar in een andere setting te ontmoeten, ontstaat er meer wederzijds begrip en wordt de drempel lager om met elkaar in gesprek te gaan. Dit draagt bij aan vertrouwen en maakt het voor jongeren makkelijker om vragen te stellen, zorgen te delen of signalen bespreekbaar te maken. Tegelijkertijd helpt het de politie om beter zichtbaar en benaderbaar te zijn voor jongeren in de wijk.

Waar beoogd was deze activiteit op voetbalvelden van de bekende voetbalverenigingen te organiseren is de realisatie op de locaties Evertsenstraat (Rijnsburg), Speeltuin Frankenoord (Valkenburg) en parkeerterrein Noordduinen/Scum (Katwijk). Hier is voor gekozen omdat het op korte termijn niet haalbaar was om gebruik te maken van voetbalvelden en schoolgebouwen. De organisatie en benodigde toestemming hiervoor waren op dat moment te ingewikkeld (duurde te lang), waardoor is gekozen voor plekken in de wijk waar sneller en praktischer een activiteit georganiseerd kon worden.

Het spel:

Een pak met drugs c.q. vapes moet door de verdediging van politie en boa heen gesmokkeld worden. Voor degenen die gepakt worden wordt duidelijk wat de mogelijke consequenties zijn:

- Taak/celstraf
- Geen verklaring Goed Gedrag
- Blokkeren bankrekening wanneer deze is gebruikt e.a.

In totaal namen ongeveer 100 jongeren deel aan de activiteit. Daarnaast sloten 2 politieagenten aan die meededen aan het spel en aanwezig waren tijdens de activiteit.

Tijdens de activiteit ontstond er een positieve en ontspannen sfeer waarin jongeren onderling, maar ook met de politie, op een informele manier contact konden maken. Door samen te spelen werd de afstand tussen jongeren en politie kleiner en ontstonden er laagdrempelige gesprekken. Het jongerenwerk begeleidde de activiteit en zorgde voor structuur, veiligheid en betrokkenheid van de deelnemers.

De activiteit kan als geslaagd worden beschouwd. De opkomst was goed, jongeren waren enthousiast en het samenspel droeg bij aan positieve interactie en verbinding tussen jongeren, jongerenwerk en politie. Dit soort activiteiten draagt bij aan positieve beeldvorming, het versterken van vertrouwen en het opbouwen van relaties met jongeren binnen de wijk.

Financiering

Uitvoer door Jongerenwerk Welzijnswartier is uit het budget voor de Drugscampagne gerealiseerd.

2.6 De 40 dagen challenge: 18 februari 2026- 4 april 2026

Acties alleen op drugs gericht zorgen voor een zekere vermoeidheid. Zoals een jongere verzuchtte dat hij in 2 weken tijd voor de derde keer een verhaal kreeg over drugs. Het gebruik van drugs is gerelateerd aan een breder gebruik van middelen die de balans in het leven kunnen verstoren. Al snel wordt drugs beschouwd als een probleem van de jeugd. Met de 40 dagen challenge wordt ook de omgeving van jongeren uitgedaagd. Als wij verwachten van jongeren dat zij minder drugs en alcohol gebruiken en minder schermtijd hebben, kunnen de volwassenen dan het goede voorbeeld geven?

Een mooie aanleiding en uitnodiging hiertoe is gevonden in de oude christelijke traditie: de 40 dagen tijd. Vanuit de kerken wordt hierop gericht als voorbereiding op Pasen.

Met een werkgroep - samengesteld uit verschillende denominaties - is een plan opgesteld dat ook open staat voor mensen die niet gewend zijn naar de kerk te gaan. Nadat er in het Platform voldoende animo bleek om dit breder te trekken is het plan vervolgens met de jongerenwerkers van Welzijnswartier ook uitgewerkt gericht op jongeren. Dit alles heeft geleid tot de [40 dagen challenge](#):

40 Dagen Challenge: MINDER = MEER

40 dagen bewust kiezen. Minder afleiding, minder gewoontes die je energie kosten en meer ruimte voor wat er echt toe doet. Jij bepaalt waar je mee aan de slag gaat. Wij zorgen dat je het samen volhoudt.

Wat is het?

Iedereen heeft wel iets waarvan hij denkt: eigenlijk wil ik dit minder. Soms sluipt een gewoonte er langzaam in en voordat je het weet bepaalt het je dag. De 40 Dagen Challenge is een periode om bewust stil te staan, afstand te nemen en opnieuw de regie te pakken. Niet omdat het moet, maar omdat jij dat wilt.

Minder van dit. Meer van dat.

MINDER

Vapen, roken, schermtijd, alcohol, ongezond eten, uitstelgedrag of andere gewoontes die je energie kosten.

MEER

Rust, focus, slaap, frisse lucht, echte gesprekken, energie, zelfcontrole en balans.

Het mooie is: wat voor de één werkt, hoeft voor de ander niet te werken. Jij kiest jouw doel.

De 40 dagen challenge was voor alle leeftijdsgroepen. Tijdens de 40 dagen challenge is aan alle Katwijkers gevraagd waar zij mee willen minderen. Als alcohol je probleem is en dry januari is niet gelukt, dan gaan we het met elkaar nog een keer proberen. Als roken en vaperen je probleem is en het is niet gelukt om met Stoptober de knop om te zetten is hier je tweede kans. Als drugs jouw leven bepalen is dit het moment om wakker te worden. Als de koelkast of chips zak altijd naar je lonkt is het een moment om even afstand te nemen. En wanneer je worstelt met de voortdurende aandacht die je mobiele telefoon opeist is dit de kans om samen af te kicken, de digitale detox.

Behalve het stoppen van bepaalde gewoonten is in de oude christelijke traditie de 40 dagen tijd ook een periode van inkeer, reflectie en omkeer, zowel individueel en als samenleving. Net zoals een mens rustmomenten nodig heeft, geldt dit ook voor een gemeenschap. Er is zoveel onderlinge boosheid, mensen die tegenover elkaar gaan staan in plaats van naast elkaar. Hoe willen wij met elkaar dorp zijn en zorgen dat onze kinderen opgroeien in een kansrijke veilige omgeving? Wat wordt meer wanneer wij 40 dagen minderen?

De 40 dagen challenge liep van woensdag 18 februari 2026 tot en met zaterdag 4 april 2026. De zondagen deden niet mee, wat iedere zondag de mogelijkheid bood om tussentijds weer aan te kunnen haken, ook als het even niet gelukt was.

Vanaf midden februari is met behulp van posters in het dorp, flyers in de kerken en via social media aandacht gevraagd voor de 40 dagen challenge. Ook is er een speciale Whatsapp community aangemaakt. De actie werd ondersteund via oudersvankatwijk.nl.

Elke dag om 20.00 uur was er via social media en in de community een korte video - van 1 tot 2 minuten - met een tip of inzicht om te minderen en je te helpen volhouden. Praktisch, motiverend en direct toepasbaar. Geen lange theorie, maar kleine stappen die werken. De WOOP¹⁶ methode werd daarbij uitgelegd. Daarnaast werd in de groep 'Bijdrage vanuit de kerken' ook iedere dag een stukje geplaatst. Verder is er veel aandacht voor Digitale detox en detox van middelen gegenereerd.

Via Whatsapp community en via Instagram zijn de filmpjes goed bekeken. In het Reformatorisch Dagblad van 26 maart 2026 is uitgebreid aandacht besteed aan de actie in Katwijk¹⁷.

Vervolg

De actie geeft voldoende respons en aanknopingspunten om dit volgend jaar te herhalen en de jaarlijkse traditie mogelijk blijvend breder te trekken. De filmpjes werden via de Whatsapp community en Instagram verspreid. Gemiddeld werd hier door 1000 mensen naar gekeken.

De 40 dagen challenge blijkt ook een manier te zijn om mensen thuis te betrekken bij een gezondere leefstijl en hier aandacht aan te besteden tijdens de opvoeding. Daarmee is het een aanpak die aansluit bij OKO Katwijk.

Tegelijkertijd wordt zichtbaar welke verbeterpunten mogelijk zijn. We noemen er een paar

- Twee maanden van tevoren beginnen met de vraag waar mensen mee willen gaan minderen
- Whatsapp community vervangen door een beter communicatie middel
- Een website waarop mensen informatie kunnen vinden. Veel van wat nu is ontwikkeld kan daarin een plaats krijgen, zoals de uitleg van de WOOP methode, digitale detox e.a.
- Voor het Minderen met elkaar en met het gezin worden handvaten ontwikkeld.

¹⁶ WOOP staat voor Wens, Opbrengst, Obstakel, Plan. Met de WOOP kunnen mensen minderen in de praktijk brengen.

¹⁷ <https://www.rd.nl/artikel/1143587-toenemende-aandacht-voor-onthouding-in-lijdentijd-een-keer-geen-gebak-nemen-is-niet-zoals-vasten-is-bedoeld>

Financiering

De inzet van het Preventieteam is gerealiseerd vanuit Activiteitenplan 2025-2026 (0.PDCA). De productie van de filmpjes en social media campagne is bekostigd uit de beschikbare gelden van de Drugscampagne.

Wat is er nodig?

Zoals terug te zien is in 1. [INZET OP DRUGS VANUIT MIDDELEN ACTIVITEITENPLAN 2025 -2026 EN OVERHEAD](#) heeft Kocon die langer termijn activiteiten die binnen het OKO kader passen, als zodanig ingepast en overgedragen aan OKO. Die activiteiten die op Sociale Veiligheid gericht zijn – en daarmee buiten de scope van OKO vallen - blijven onder de vlag van Kocon.

Met de overgang van Kocon preventie naar OKO is de inrichting van www.oudersvankatwijk.nl overgegaan. Deze website wordt gevuld vanuit de activiteiten van het Preventieteam en is alleen gericht op de doelgroep ouders en op preventie van middelengebruik binnen het kader van OKO.

Daardoor mist voor het vervolg van de Drugscampagne – dat deel dat niet binnen OKO valt - met de Taskforce Katwijkse Jeugd en 40 dagen challenge een geschikte website.

Als essentieel onderdeel voor de communicatie tussen de deelnemende partijen èn voor de informatievoorziening bij publieksacties wordt een nieuwe website gemaakt.

De nieuwe website zal medio mei in gebruik worden genomen. De praktische ontkoppeling van www.oudersvankatwijk.nl heeft nog niet plaatsgevonden, maar zal onderdeel zijn van dit proces.

FINANCIËLE VERANTWOORDING

Subsidie Drugscampagne	€.....
<u>Herziene beschikking Drugsaanpak 2023 (Z2926674D3085407)</u>	50.000,00
<u>Beschikking Drugsaanpak 2024 (Z3350658D3350666)</u>	50.000,00
Subtotaal	100.000,00

TOTAAL BUDGET DRUGSCAMPAGNE	100.000,00
UITGAVEN DRUGSCAMPAGNE 2023	-29.349,14
UITGAVEN DRUGSCAMPAGNE 2024	-38.549,90
UITGAVEN DRUGSCAMPAGNE 2025	-6.041,00
UITGAVEN DRUGSCAMPAGNE 2026	-25.840,71
Minder uitgegeven (over)	219,25

<u>Besteding t/m 31-12-2023</u>	Uren	€.....
Productiekosten		-
Aansturing (Kocon, Hans)		-
Coördinatie projecten Kocon (via GGD, Aafke)	41	3.853,18
Coördinatie en secretariële ondersteuning (WZK, Marike)	68	5.176,56
Uitvoering activiteiten Verslavingspreventiemedewerker (via GGD, Pel)	152	12.479,20
Uitvoering activiteiten Verslavingspreventiemedewerker (via Brijder)		-
Uitvoering activiteiten Jeugdwerk (via WZK, nader te bepalen)		-
Uitvoer activiteiten Social Content Creators (SCC, Stephan)	66	5.590,20
Coördinatie en uitvoering Zorggroep Katwijk (ZG Katwijk, Jannette)	0	-
Uitvoering activiteiten de Brug		2.250,00
Totaal 2023	327u	29.349,14

Besteding 1-1-2024 t/m 31-12-2024	Uren⁸		€.....
	MAG	ASV	
Productiekosten			9.794,29
- <i>Uitlichten dealplekken gericht op burgers* € 8.068,70</i>			
- <i>Shitzooi 2 Snel Geld ook beschikbaar voor ouders € 920,94</i>			
- <i>Social Media Pushen € 804,65</i>			
Aansturing (Kocon, Hans) (vrijwillige) inzet		80	-
Coördinatie projecten Kocon (via HECHT, Aafke) ¹⁸	12	32	2.200,82
Coördinatie en secretariële ondersteuning (via WZK, Marike) ¹⁹	128	0	-
Verslavingspreventiemedewerker (via HECHT, Pel) ²⁰	12	122	10.411,98
Verslavingspreventiemedewerker (via Brijder, Mandy) vanuit DUMO		28	-
Jongerenwerker (via WZK, Nadine, Marcel en Herman) ²¹	158	92	8.029,76
Uitvoer activiteiten Social Content Creators (SCC, Stephan) ²²	12	94	7.961,80
Coördinatie en uitvoering Zorggroep Katwijk (Jannette)- eigen inzet		28	-
Onvoorzien			151,25
Totaal 2024²³	322u⁸	506u	38.549,90

Begroting Drugscampagne 2025-2026 is komen te vervallen.

Beschikbaar subsidiebudget

32.100,96

Besteding 1-1-2025 t/m 31-12-2025	€.....
Social Content Creators - Taskforce podcast & ontwerp posters	2.541,00
Jongerenwerk Welzijnswartier Lasergamen	3.000,00
21-05-2025 Facebook Payments, social media Posteractie/Taskforce	500,00
Totaal 2025	6.041,00

Besteding 1-1-2026 t/m 30-04-2026	€.....
Regels van Katwijk	
GSP - Drukwerk Regels van Katwijk 3/3	570,62
Social Content Creators - Content 1/1	9.740,50
Posteractie	
ESH - Drukwerk Posteractie 2/2	5.620,45
40 dagen challenge	
Social Content Creators - Content 2/2	4.870,25
Moolenburgh media - Content	288,89
Social media en vindplek	
Facebook Meta 1/1	500,00
AtSea Design & Media Website Taskforce en 40 dagen challenge	4.250,00
Totaal 2026	25.840,71

¹⁸ [20240912 Offerte HECHT MAG en Drugscampagne 2024 - Getekend voor akkoord]

¹⁹ In april is besloten dit budget anders te besteden. Secretarieel werk komt uit het reguliere budget van inzet secretariaat.

²⁰ [20240912 Offerte HECHT MAG en Drugscampagne 2024 - Getekend voor akkoord]

²¹ [20240403 WZK Offerte Drugsaanpak Jongerenwerk - getekend voor akkoord]

²² [20240913 Overeenkomst van opdracht MAG 2024 Drugscampagne 2024 - SdR – SCC]

²³ Toetsing totalen: [20250107 MAG & Drugscampagne 2024- Urencheck], [20241221 Preventieteam Kocon- Drugscampagne 2024 Stand van Zaken 31-12-2024]

REGELS VAN KATWIJK



1. DE GOUDEN REGEL:
BEHANDEL ANDEREN ZOALS JE ZELF OOK BEHANDELD WILT WORDEN
2. Houd de omgeving schoon en veroorzaak geen zwerfafval (Sanctie A - B)
3. Respect voor het vrijwillige en professionele personeel en hulpverleners (Sanctie A - C)
4. Geen overlast gevend gedrag (Sanctie A - C)
5. Geen discriminatie en intimidatie, ook niet online (Sanctie A - C)
6. Geen schade toebrengen aan eigendommen van de organisatie (Sanctie A - C)
7. Verbod op het bezit en het gebruik van alcohol onder de 18 jaar (Sanctie A - C)
8. Verbod op het illegaal gebruik van vuurwerk (Sanctie A - D)
9. Geen bedreigingen en geweld, ook niet online (Sanctie C - F)
10. Verbod op het bezit en het gebruik van drugs (Sanctie C - F)
11. Verbod op de illegale handel in alcohol, tabak, snus, vapes en drugs (Sanctie D - F)
12. Verbod op het bezit en gebruik van wapens en voorwerpen die kunnen dienen als wapen (Sanctie D - F)

Sanctiebeleid bij overtreden van de regels*

- A. Waarschuwing door het bevoegd gezag
- B. Schadevergoeding / Boete
- C. Voorwaardelijke ontzegging/schorsing tot toegang
- D. Ontzegging of schorsing voor minimaal 3 maanden
- E. Ontzegging of schorsing voor minimaal 6 maanden
- F. Meer dan 12 maanden of voor altijd schorsing of ontzegging

**Tenzij anders aangegeven in het geldende tuchtreglement van de plaatselijke of landelijke organisatie.*

Bij herhaling van een overtreding van de regels treedt een verzwarende sanctie op.

Bezwaar tegen een sanctie kan aangetekend worden via de door de organisatie ingestelde bezwaar en beroep procedure.

REGELS VAN KATWIJK

Jongerenversie



Regels

1. Doe normaal, wees sociaal
2. Gooi je rotzooi in de vuilnisbak (sanctie A – B)
3. Geef respect, krijg respect (sanctie A – C)
4. Geen grote bek en handen thuis (sanctie A – C)
5. Geen haatverspreiding (sanctie A – C)
6. Slopen is kopen! (sanctie A – C)
7. Nix18 (sanctie A – C)
8. Illegaal vuurwerk = verboden (sanctie A – D)
9. Bedreigingen & geweld? Nergens, nooit (sanctie C – F)
10. Verboden gebruik & bezit van drugs (sanctie C – F)
11. Handel in alcohol, tabak, snus, vapes en drugs verboden (sanctie D – F)
12. Wapenbezit = strafbaar! (sanctie D – F)

Straf bij overtreden van de regels*

- A. Waarschuwing
- B. Schadevergoeding / Boete
- C. Voorwaardelijke schorsing tot toegang
- D. Geen toegang voor minimaal 3 maanden
- E. Geen toegang voor minimaal 6 maanden
- F. Meer dan 12 maanden geen toegang of definitieve schorsing.

* Tenzij de plaatselijke of landelijke organisatie dit anders aangeeft.

Wanneer je bij herhaling in de fout gaat wordt de straf zwaarder.

Je kan bezwaar maken tegen een strafen vragen of een alternatieve straf mogelijk is.

Colofon

Stichting Kocon is als rechtspersoon verantwoordelijk voor het inhoudelijke en financiële beheer van de subsidiegelden voor activiteiten Taskforce Katwijkse Jeugd en Nazorg & Re- integratie.

Daarnaast is Stichting Kocon intellectueel eigenaar van [Shitzooi®](#), beheert de stichting [Noodfonds Kocon](#) en geniet het de ANBI status.

Stichting Kocon was tot en met 2025 als rechtspersoon van het Platform Kocon verantwoordelijk voor het inhoudelijke en financiële beheer van de subsidiegelden.

Stichting Kocon is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 28095158 Het fiscale nummer is 811897266.

