

Het nieuwe bedrijfsmatige denken bij de politie. Analyse van een culturele formatie in ontwikkeling (2006). J. Terpstra en W. Trommel (IPIT, Universiteit Twente). Politie-wetenschap 33

Onderzoeksvragen

1. Welke invulling krijgt het nieuwe bedrijfsmatig denken bij de Nederlandse politie?
2. Welke omstandigheden hebben een rol gespeeld bij de opkomst en vestiging ervan?
3. Welke visies, argumenten en opvattingen komen hierbij naar voren en hoe verhouden die zich?
4. Hoe verhoudt het nieuwe bedrijfsmatig denken zich tot andere opvattingen en denkwijzen over de politie?
5. Welke mogelijke gevolgen kan bedrijfsmatigheid hebben voor politie en politiewerk?

Methoden van onderzoek

- literatuurstudie
- 17 interviews met onder meer korpschefs, beleidsmedewerkers van het ministerie van BZK, politici, burgemeesters, een hoofdofficier van justitie en personen werkzaam bij landelijke organisaties op het terrein van politie en veiligheidszorg.

Samenvatting

Veel veranderingen van de laatste jaren in de organisatie, sturing en verantwoording bij de Nederlandse politie zijn volgens dit onderzoek ontleend aan het Nieuwe Bedrijfsmatige Denken, waarbij de politie wordt opgevat als een bedrijf dat producten moeten leveren. Effectiviteit en prestatiegerichtheid vormen centrale doelstellingen. In deze studie is de invulling van het nieuwe bedrijfsmatige denken en de relatie tot langer bestaande opvattingen en denkwijzen over de politie cultuurtheoretisch geanalyseerd. Speciaal is gekeken naar de politie als bedrijf, prestatie management, kwaliteitsmanagement en klantgerichtheid.

Het resultaat is een beschouwende studie die de bedrijfsmatige oriëntatie verklaart uit een aantal ontwikkelingen en spanningsvelden waarbinnen de politie werkt.

Bij prestatie management, wordt geconcludeerd, dat bij de politie de neiging bestaat de voordelen te onderkennen en er het beste van te maken, bijvoorbeeld door duidelijk te maken hoezeer prestaties bij de politie afhankelijk zijn van andere actoren. Dit zou de verwachtingen realistischer kunnen maken. Kwaliteitsmanagement kent ook een bewogen geschiedenis maar is tegenwoordig vooral een instrument tot meten en vergelijken van regionale korpsen of onderdelen daarvan. Het klantdenken bestaat al sinds de jaren zeventig maar verschuift van klantvriendelijkheid naar de burger als consument met veiligheidsbehoeften, een markt-gerichte benadering dus.

In de analyse wordt tenslotte ingegaan op de mogelijke implicaties. De vrees bestaat dat de bijdrage aan de professionalisering van het werk van de politie overschaduwd zal worden door onbedoelde effecten. Zo heeft de grotere nadruk op repressieve taken volgens de onderzoekers deels te maken met het onbedoelde effect van het streven het politiewerk te concentreren op taken die een meetbare output opleveren. Dit gaat ten koste van meer symbolische functies van de politie.