



## PERSBERICHT

Schiedam, 27 maart 2009

*Onderzoek: veiligheid neemt af door teruglopende personeelsbezetting winkels tijdens recessie*

### **Winkelcamera's op straat richten helpt niet, waarschuwt grootste particuliere beveiliging Nederland**

Beveiligingscamera's van winkels op straat richten is niet afdoende om het aantal overvallen terug te dringen. Dit stelt Trigion, het grootste particuliere beveiligingsbedrijf in Nederland. De afgelopen maanden is er veel belangstelling voor het cameratoezicht door winkeliers. Minister Ter Horst van Binnenlandse Zaken kondigde aan de wettelijke restricties voor het cameratoezicht te willen verruimen, waardoor het mogelijk zou worden beveiligingscamera's voortaan ook op straat te richten. Nu dat mag, dreigen veel winkeliers zich veilig te wanen. Trigion, dat zelf op grote schaal cameratoezicht houdt, heeft laten onderzoeken wat de gepercipieerde effecten van verruiming van het cameratoezicht bij winkels zijn. Conclusie: camera's ook op straat richten algemeen toegejuicht – maar brengt schijnveiligheid. Trigion pleit voor verdergaande en samenhangende maatregelen, zoals het oprekken van de bewaartermijn van camerabeelden, training van winkeliers en duidelijke communicatie met het publiek.

Naar aanleiding van de actuele publieke discussie over het cameratoezicht, heeft Trigion gedurende de tweede helft van februari de veiligheidsbeleving onder winkelend publiek en winkeliers laten onderzoeken door onderzoeksbureau Goos Marketing Research uit Amstelveen. Winkeliers zijn het er over eens dat hun veiligheid te wensen overlaat. Zij zien een trend dat overvallers ondanks de aanwezigheid van camera's zelfs zonder hun gezicht te verbergen bruto geweld inzetten om te verkrijgen wat zij op het oog hadden. Zij verwachten dat dit nog zal verergeren, ondermeer omdat de personeelsbezetting in winkels vanwege de recessie lager is. Een zeer ruime meerderheid van het winkelend publiek geeft aan positief te staan tegenover verruiming van het cameratoezicht en verwacht dat dit een gunstig effect zal hebben op het terugdringen van de criminaliteit en op de veiligheidsbeleving. Hoewel bijna de helft van de respondenten aantasting van de privacy als

tegenargument opvoert, zegt een ruime meerderheid zich niet daadwerkelijk aan de camera's te storen – zolang die maar niet te veel in het zicht zijn geplaatst. Veiligheid gaat kennelijk boven privacy, want vrijwel iedereen vindt dat de nadelen niet opwegen tegen de voordelen.

Directielid Richard Franken van Trigion: "Winkeliers worden steeds vaker geconfronteerd met ernstige vormen van geweld. Een juwelier die voor de tweede keer in één maand is overvallen, wil natuurlijk dat de daders worden gepakt. Maar je wilt in elk geval ook dat het niet nog een keer gebeurt en daarvoor is meer nodig dan cameratoezicht alleen." Ruim 60 procent van de bedrijven doet iets aan diefstalpreventie, zoals beveiligingscamera's, bewaking of detectiepoortjes. Maar zowel onder de winkeliers, als onder het publiek is er algemeen nog veel te weinig *security awareness*. Volgens Franken kunnen misdrijven zoals overvallen alleen effectief worden tegengegaan als alle maatregelen met elkaar samenhangen – en daarover duidelijk wordt gecommuniceerd: binnen de winkelbedrijven, aan het winkelend publiek én potentiële daders. "Mensen die een overval beramen, komen doorgaans ruim van tevoren de winkel verkennen. De zaak afleggen, noemen we dat. Ze proberen dat zo onopvallend mogelijk te doen en dan trek je natuurlijk geen nylonkous over je hoofd." Volgens Franken is het daarom ook zo belangrijk dat winkelpersoneel verdachte gedragingen zoals een meer dan gewone belangstelling voor het winkelinterieur leert herkennen. "Alleen dan kun je ter plaatse tijdig actie ondernemen, bijvoorbeeld door het toezicht op te voeren – en kan erger worden voorkomen," stelt hij.

De praktijk toont aan dat overvallers winkelstraten mijden waar de kans op opsporing en vervolging groter is omdat winkeliers samenhangende maatregelen hebben getroffen – en daarover duidelijk communiceren. Zo zijn er inmiddels zeer goede resultaten geboekt met intelligente camerasystemen en bijvoorbeeld het besproeien van overvallers met synthetisch DNA, in combinatie met security awarenessstrainingen voor winkeliers en duidelijke waarschuwingsbordjes voor het publiek. Franken: "Het is daarbij van groot belang dat winkeliers de handen ineen slaan, want anders zoeken potentiële daders naar die winkels of winkelstraten waar minder op hun tellen wordt gelet dan elders." Daarnaast pleit hij voor het oprekken van de bewaartermijn van camerabeelden: "Als overvallers een week, twee weken nadat ze poolshoogte zijn komen nemen onherkenbaar terugkomen om hun slag te slaan, kun je aanmerkelijk makkelijker tot vervolging overgaan als je de beelden van het incident kunt matchen met die van een paar weken terug."

Uit het onderzoek van Goos Marketing Research blijkt overigens dat winkeliers de immateriële schade van overvallen veel belangrijker vinden dan de materiële. Terwijl de buit in het algemeen nauwelijks de moeite is, heeft een overval onuitwisbare gevolgen voor het winkelpersoneel. Een tiende meldt zich ziek en één op de vier heeft last van langdurig psychisch letsel. In die gevallen

waar het winkelpersoneel de dader zelf probeert aan te houden, is steeds vaker sprake van bedreigingen en extreem agressief gedrag. Er wordt zelfs gewag gemaakt van overvallers die zichzelf verwondingen toebrengen om winkelpersoneel en -beveiligers daarvan de schuld te kunnen geven en aan strafvervolging te ontkomen.

[einde bericht]

### **Noot aan de redactie:**

---

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

**Trigion BV**

Richard Franken, commercieel directeur  
Karel Doormanweg 4  
3115 JD Schiedam  
Tel: 010 - 298 14 59  
Fax: 010 - 298 11 31  
Email: [rfranken@trigion.nl](mailto:rfranken@trigion.nl)  
[www.trigion.nl](http://www.trigion.nl)

**Creative Venue communicatieadvies en PR**

Maarten Thijs  
Vliegtuigstraat 26  
1059 CL Amsterdam  
Tel: 020 - 45 25 225  
Fax: 020 - 45 28 650  
Email: [m.thijs@creativevenue.nl](mailto:m.thijs@creativevenue.nl)  
[www.creativevenue.nl](http://www.creativevenue.nl) (persruimte Facilicom)

**Trigion** is de grootste beveiligingsorganisatie van Nederland. Met ruim 7.500 medewerkers en een diversiteit aan producten en diensten is Trigion het meest complete beveiligingsbedrijf van Nederland. Trigion is onderdeel van Facilicom Services Group in Schiedam.