

Veilige bedrijvigheid

Verkenning van 'de vraag naar veiligheid' onder ondernemers in de politieregio Noord-Holland Noord

Amsterdam, 9 september 2002

Robert van Overbeeke
Anja Beerepoot
Sander Flight

Met medewerking van:
Paul van Soomeren

Inhoudsopgave

1	Bedrijfsleven en criminaliteit: een serieus probleem	3
2	Conclusies en aanbevelingen	5
2.1	Conclusies	5
2.2	Aanbevelingen	7
	Bijlagen	
Bijlage 1	Methode	12
Bijlage 2	Veiligheid en bedrijfsleven	16
Bijlage 3	Resultaten	18

1 Bedrijfsleven en criminaliteit: een serieus probleem

Slachtofferschap van feitelijk plaatsvindende criminaliteit waarvan burgers het slachtoffer worden, is al jaren onderwerp van uitgebreide studie. Vanaf 1979 vinden er uitgebreide slachtofferenquêtes plaats onder de Nederlandse bevolking. De aandacht voor het bedrijfsleven als slachtoffer van criminaliteit is van recentere datum. Pas in 1990 werd in opdracht van de ministeries van Justitie en Binnenlandse zaken – door de DSP-groep – het eerste grote landelijke onderzoek naar dit onderwerp gehouden¹. Dit was overigens voor het eerst wereldwijd dat er een helder en landelijk representatief beeld ontstond van de mate waarin het bedrijfsleven slachtoffer werd van criminaliteit en onveiligheid.

Na dit brede landelijk onderzoek volgden er meer slachtofferenquêtes voor sectoren – zoals bijvoorbeeld de detailhandel – die nog veel meer dan gemiddeld slachtoffer van criminaliteit bleken te zijn².

Deze – en ook latere landelijke onderzoeken – lieten zien dat criminaliteit en onveiligheid letterlijk een miljardenprobleem is voor het Nederlandse bedrijfsleven: van meer dan de helft van alle criminaliteit blijkt een bedrijf het slachtoffer te zijn, de directe (en indirecte/gevolg) schade blijkt zeer groot te zijn en het 'meervoudige slachtofferschap' (één bedrijf wordt in een jaar meerdere keren slachtoffer van criminaliteit) ligt onvergelijkbaar hoog ten opzichte van dat van burgers/huishoudens. Mede om deze reden geven in het MKB mensen soms de zaak letterlijk maar op. De schade en (post traumatische) stress overstijgen de drempel van wat nog te managen is.

Duidelijk is dus dat hier sprake is van een groot probleem³.

Met dit in het achterhoofd buigt het regiobureau veiligheid (RBV) van de politieregio Noord-Holland Noord zich momenteel over de vraag hoe de politie het bedrijfsleven het beste van informatie over veiligheid kan voorzien, zowel gevraagd als ongevraagd. Door de korpsleiding is onlangs voorgesteld een 'bedrijvenloket' of 'veiligheidsloket' te openen, zoals in enkele andere politieregio's (bijvoorbeeld Haaglanden, Rotterdam-Rijnmond) is gebeurd. Het is echter de vraag wat er op de politie afkomt als zo'n loket geopend wordt en of er binnen de doelgroep bedrijven behoefte is aan zo'n voorziening.

Het RBV heeft daarom besloten een verkennend onderzoek te laten uitvoeren onder bedrijven en onder politiemensen uit de eigen regio om de (veronderstelde) behoeften van het bedrijfsleven op dit terrein te peilen. Op basis daarvan wil het regiobureau kunnen bepalen of het de moeite waard is een eigen loket te openen in de regio Noord-Holland Noord, dan wel als extern expert aan te schuiven bij initiatieven die anderen reeds nemen op dit terrein.

Centraal staat in deze eerste, verkennende fase de peiling van de behoefte aan informatie over veiligheid. Het beantwoorden van de vervolgvraag hoe in die behoeften kan worden voorzien valt niet binnen deze onderzoeksopzet en

Noot 1 Anneke van Hoek, Pauline de Savornin Lohman en Paul van Soomeren (DSP-groep Amsterdam): Bedrijfsleven en criminaliteit; eerste landelijke enquête naar slachtofferschap van criminaliteit in het Nederlandse bedrijfsleven. Ministeries van Justitie en Binnenlandse zaken, Stuurgroep Bestuurlijke Preventie van Criminaliteit, 's-Gravenhage 1990.

Noot 2 DSP-groep Amsterdam: Criminaliteit en Detailhandel; Resultaten van een enquête onder detaillisten. Ministerie van Justitie Directie Criminaliteitspreventie (in samenwerking met het Hoofdbedrijfschap detailhandel), 's-Gravenhage 1992

Noot 3 Zie voor meer bronnen en gegevens hoofdstuk 2 in de bijlage.

is slechts zijdelings meegenomen. Met dit onderzoek als input, is nu de politie aan zet om een strategie te ontwikkelen voor haar communicatie met het bedrijfsleven.

2 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk presenteren we de belangrijkste resultaten van het onderzoek in de vorm van conclusies en aanbevelingen. Hoe we tot de conclusies en aanbevelingen zijn gekomen, kunt u terugvinden in het langere verslag dat als bijlage is opgenomen. De vraag die in dit onderzoek centraal stond, luidde:

Welke informatiebehoeften hebben bedrijven in de regio Noord Holland-Noord op het gebied van veiligheid?

Zoals in de bijlage verantwoord is de onderzoeksvraag lopende het onderzoek toegespitst tot:

Welke informatiebehoeften hebben bedrijven in de regio Noord Holland-Noord op het gebied van criminaliteit?

Voordat we overgaan tot het bespreken van de conclusies en aanbevelingen zijn enige nuanceringen op zijn plaats. Het gaat in dit onderzoek niet om een representatief beeld, maar om een algemene indruk. Uitspraken moeten dan ook in dat licht worden gezien en zijn dan ook geen 'waarheden' maar de mening van enkele respondenten. Daarnaast is het niet terecht om uitspraken te doen over 'de bedrijven' alsof het een homogene groep is; de resultaten kunnen variëren met de grootte van het bedrijf, de bedrijfstak etc. En zelfs binnen een bedrijfstak kunnen de verschillen groot zijn.

2.1 Conclusies

Weinig behoefte aan informatie over criminaliteit

Ondanks het feit dat sprake is van een ernstig probleem is bij de ondervraagde respondenten van het midden- en kleinbedrijf en de industriële bedrijven weinig behoefte aan (meer) informatie over criminaliteit: het onderwerp heeft geen prioriteit. Dat komt vooral omdat de meeste respondenten zich tamelijk veilig voelen: ze geven aan weinig tot geen criminaliteitsproblemen te hebben. Ze worden – naar eigen zeggen – zelden slachtoffer van strafbare feiten en hebben daarnaast vaak een vorm van interne, soms collectieve, beveiligingsmaatregelen getroffen (goed hang- en sluitwerk, alarm, camera, doelwit wegnemen e.d.).

Deze uitkomst wordt bevestigd door eerdere onderzoeken op dit terrein: zo lieten eerdere onderzoeken van de DSP-groep (zie noten 1 en 2) alsmede de Monitor Bedrijven en Instellingen zien, dat 'de meerderheid van de bedrijven (...) criminaliteit niet als een ernstig probleem ziet. Toch wordt bijna vier op de tien bedrijven slachtoffer'⁴. Het idee dat criminaliteit geen ernstig probleem is, is dus breed verspreid in het bedrijfsleven. Het blijkt dat ondernemers er maar moeilijk van te overtuigen zijn dat criminaliteit ook hen kan bedreigen.

Incidenten zijn aanleiding voor actie

Noot 4 Deze getallen hebben betrekking op de sector bouwnijverheid, maar in andere sectoren worden vergelijkbare conclusies getrokken. Bron: *Monitor Bedrijven en Instellingen*, Ministerie van Justitie en Ministerie van BZK, juli 2000.

Ondernemers zijn erg pragmatisch en komen meestal pas in actie nadat er een incident heeft plaatsgevonden.

Vóór die tijd speelt het onderwerp criminaliteit nagenoeg geen rol, zeker niet als één of andere vorm van beveiliging is aangebracht. Veiligheid is daarmee 'geregeld'. Pas als zich een incident heeft voorgedaan, is er weer tijd, aandacht en geld beschikbaar voor het criminaliteitsvraagstuk en roept men vaak om allerlei maatregelen.

De houding is grofweg te typeren als die van een struisvogel: men steekt de kop in het zand hoort niks, ziet niks en voelt pas wat als het te laat is.

Beveiliging is de 'oplossing' van het criminaliteitsvraagstuk

Ondernemers denken bij maatregelen ter voorkoming van criminaliteit bijna uitsluitend aan samenwerking met een particuliere beveiligingsorganisatie in de vorm van toezicht, of bijvoorbeeld het plaatsen van camera's. Andere - meer structurele - maatregelen zoals het trainen van personeel of het herinrichten van bedrijventerreinen, worden zelden genoemd. Om nog maar te zwijgen over maatregelen die niet direct op veiligheid zijn gericht, maar een algemeen preventief effect zouden kunnen hebben of tot een groter veiligheidsgevoel van werknemers en klanten zouden kunnen leiden zoals de openingstijden van winkels.

Koepels hebben wèl informatiebehoefte

Voor koepelorganisaties is criminaliteit wel degelijk een thema. Zij hebben over het algemeen behoefte aan (meer) informatie, met name over de lokale situatie: criminaliteitscijfers, activiteiten politie en resultaten daarvan, criminaliteitsbeeld, trends, etc. Individuele bedrijven wenden zich vaak eerst tot hun koepel als zij vragen hebben op het gebied van criminaliteit.

Verschillen tussen bedrijven zijn groot

Hoewel er sprake is van een zekere mate van overeenstemming tussen de verschillende bedrijfstakken, blijkt uit de interviews dat er grote verschillen bestaan tussen sectoren, maar ook binnen sectoren zelf. Het is dus niet mogelijk om te spreken over 'het bedrijfsleven' in algemene zin. De diversiteit is enorm, mede op een aantal variabelen die in dit kader van belang zijn: aard, grootte, exploitatie, verschillen in winstmarges, locatie, omvang personeel, eigendomsverhoudingen. Dit maakt het moeilijk om het slachtofferschap van bedrijven met elkaar te vergelijken. Hetzelfde geldt voor de – deels daarmee samenhangende – verscheidenheid van delictsoorten waarmee bedrijven en instellingen kunnen worden geconfronteerd.

Door moeizame communicatie verloopt samenwerking tussen politie en bedrijfsleven wisselend.

Over de samenwerking met de politie wordt door de ondernemers wisselend gedacht. Een derde deel van de respondenten benadrukt de snelle inzet van de politie in geval van incidenten. Een derde deel heeft geen mening over de politie. De rest (ook een derde) is ontevreden over de samenwerking met de politie. Dit wordt vooral veroorzaakt doordat zij de politie onvoldoende zien en onvoldoende het gevoel hebben dat er resultaten worden geboekt. Zichtbaarheid en het behalen van resultaten, zijn de belangrijkste criteria waarop de politie beoordeeld wordt door de ondernemers. Dit deel van de respondenten vindt dat zolang de criminaliteit niet vermindert, de politie daar haar aandacht op zou moeten richten.

De informatie-uitwisseling tussen bedrijfsleven en politie verloopt moeizaam. Dit heeft deels te maken met een verschil in verwachtingen tussen beide partijen. De politie, of beter gezegd de overheid, vindt dat zij verantwoordelijk is voor de openbare ruimte en niet voor de veiligheid van bedrijven, terwijl bedrijven het raar vinden dat ze daar zelf voor op moeten draaien. Openbare

orde en veiligheid is tenslotte één van de taken van de politie. Het gevolg is dat er een kloof ontstaat waardoor de partijen elkaar niet weten te vinden. En de kloof wordt groter doordat veel bedrijven steeds meer zelf regelen, of in overleg met de particuliere branche.

Algemene informatie kan worden gebundeld met andere organisaties, gerichte specifieke informatie via vast contactpersoon bij de politie.

Noch de geïnterviewde ondernemers, noch de politiemensen, vinden dat alleen de politie veiligheidsinformatie hoort aan te bieden. Dat kan evengoed door een samenwerkingsverband van de politie, gemeente en met name particuliere beveiligingsbedrijven. De geïnterviewde politiemensen zien hier de voordelen van en zijn graag bereid met deze organisaties samen te werken of er ondersteuning aan te bieden. Verder wordt gedacht aan samenwerking met het Regionaal Platform Criminaliteitsbestrijding, dat de laatste vier jaar een kwijnend bestaan heeft geleid, maar nu bezig is een nieuwe start te maken.

De door ondernemers gewenste informatie zou het beste aangeboden kunnen worden via een combinatie van e-mail, een website en persoonlijk contact. Het internet leent zich meer voor algemene informatie, het persoonlijk contact meer voor specifieke, vertrouwelijke informatie. Ondernemers hechten veel waarde aan een vast contactpersoon binnen de politieorganisatie. Dit maakt voor hen de organisatie meer inzichtelijk en toegankelijk.

Informatie die via het internet wordt aangeboden, heeft als belangrijk voordeel dat de ondernemers die tot zich kunnen nemen op momenten dat het hen goed uitkomt. Vrijwel ieder bedrijf blijkt over een internetaansluiting en een emailadres te beschikken.

Sneller is beter

Als 'tijd is geld' ergens hoog in het vaandel staat, is het wel in het bedrijfsleven. Eén van de belangrijkste motivaties om samen te werken met de politie is dan ook dat dit tijdwinst of financiële besparing zou opleveren. Effectiviteit en efficiency zijn aspecten die de ondernemer in zijn eigen organisatie nastreeft, maar daarnaast ook van de politie verwacht. De algemene notie is dat het, zoals hierboven aangegeven, bij de politie wat dit betreft beter kan.

Binnen de politie 'leeft' het bedrijfsleven niet

De geïnterviewde politiemensen voelen weinig betrokkenheid bij de doelgroep 'bedrijfsleven'. De prioriteiten van het politiewerk liggen duidelijk elders. De politie heeft weinig gerichte contacten met het bedrijfsleven en omgekeerd. Al met al veronderstellen de politiemensen ook weinig behoefte bij bedrijven aan informatie over veiligheid.

2.2 Aanbevelingen

- 1 De criminaliteitsdruk is objectief gesproken voor het bedrijfsleven heel groot. Er is sprake van een omvangrijk probleem. Diverse zeer degelijke en omvangrijke onderzoeken (zie ook hoofdstuk 2 in de bijlage) maken dit keihard en glashelder duidelijk. Opvallend is wel dat men binnen het bedrijfsleven de zaken veel optimistischer beziet en pas gemotiveerd en 'actie bereid' wordt, nadat men de dupe is geworden van enige vorm van criminaliteit. Hoe het ook zij: het probleem vraagt om actie en de eerste belangrijke aanbeveling is dus om het probleem 'Bedrijfsleven en Criminaliteit' hoog op de agenda te zetten of te houden (ook al zullen individuele ondernemers daar soms anders over denken). Actie is en blijft vereist. Natuurlijk gebeurt er in de regio al veel. Breek dat niet af, maar bepaal op overkoepelend niveau samen welke doelen men wil bereiken, wat er dus

gedaan moet worden en wie wat doet. Kortom: weet wat je wilt en geef structuur aan de initiatieven. Er is nu nog te veel sprake van los zand. De politie Noord Holland Noord heeft zich tot taak gesteld binnen haar regio hier iets aan te doen. Met name het Regio Bureau Veiligheid is op dit vlak actief. Hun doelstelling is beheersen van de criminaliteitsvormen binnen het bedrijfsleven, door actieve voorlichting en initiëren van projecten, o.a. door koppeling van preventieve en repressieve acties in samenwerking met de lokale politie en overheid. Op dit moment lopen de volgende projecten:

- elektronische aangifte met digitale handtekening;
- cameratoezicht;
- digitale aanpak falsificaties;
- samen veilig ondernemen;
- keurmerk veilig ondernemen winkelcentra;
- keurmerk veilig ondernemen bedrijven;
- collectieve bedrijfsterreinenbeveiliging;
- collectieve woonwijkbeveiliging;
- veiligheidszorg agressie in de zorginstelling;
- politieveiligheidsloket;
- preventie voorlichting bedrijfsleven;
- preventie voorlichting onderwijsinstellingen;
- lokaal en nationaal netwerkonderhoud.

Duidelijk is dat er al veel gebeurt. Door de bedrijven wordt dit echter niet altijd zo ervaren. Desondanks moeten bestaande initiatieven niet worden afgebroken, maar is het belangrijk dat er structuur in de initiatieven wordt aangebracht en dat een stevige basis wordt gelegd. Hiervoor is het nodig dat de politie eerst intern bepaald waarom ze contact met ondernemers wil en waarover.

- 2 Kies voor samenwerking met andere partijen om de criminaliteit waar het bedrijfsleven de dupe van wordt aan te pakken. Kies een structuur die langere tijd houdbaar is en waarin iedereen doet waar hij goed in is. Zorg voor een helder actieplan met meetbare doelen en prestaties, concrete projecten en maatregelen en voldoende financiering.

Door haar maatschappelijke taken, grote organisatie en bijbehorende 24-uurs opvang, is de politie vaak de eerste die te maken krijgt met bestaande problemen of nieuwe problemen signaleert. De eerste impuls van de politie is daardoor vaak om zelf aan concrete oplossingen te werken en daarbij een voortrekkersrol op zich te nemen. Dit leidt er echter vaak toe dat de verantwoordelijkheid in de praktijk ook bij de politie blijft liggen, terwijl die formeel ergens anders hoort. De politie moet af van het idee dat ze het allemaal wel alleen kan en moet overtuigd raken van het feit dat ze haar partners hard nodig heeft. Voor de partners geldt overigens hetzelfde. Ook zij moeten fors investeren in de samenwerking en dit betekent dat een structuur moet worden aangebracht die langere tijd (minimaal drie jaar) blijft, waarin tevens geld en middelen worden toebedeeld.

- 3 Open op eigen initiatief geen veiligheidsloket voor bedrijven. In het verlengde van het bovenstaande is het niet aan te bevelen om als politieorganisatie een eigen veiligheids- of bedrijvenloket te openen. Maar hoe moet de communicatie met het bedrijfsleven dan plaatsvinden? Ook de ondernemers zelf zien meer in samenwerking met andere organisaties en het zoeken van aansluiting bij bestaande communicatiekanalen. Uit het onderzoek komen voor wat betreft dit onderwerp de volgende

aanbevelingen naar voren.

Richt communicatie niet op individuele bedrijven, maar maak gebruik van koepels: bundel verschillende informatiestromen

Voor de communicatie met bedrijven kunnen het beste de branche- en koepelorganisaties benaderd worden. De meeste bedrijven zijn goed te bereiken via deze organisaties. Winkels die tot een keten behoren, kunnen het beste via het hoofdkantoor van de keten bereikt worden. Via de koepels sijpelt de informatie, voorzover nodig, door naar individuele bedrijven.

Ondernemers willen niet van loket naar loket lopen, hoewel hun informatie-vraag zeer divers is en duidelijk meer dan alleen criminaliteit behelst. Het bundelen van krachten met anderen, zoals de gemeente, de KvK en het RPC, ligt daarom voor de hand. Ook deze organisaties hebben contactmomenten met de doelgroep in de vorm van voorlichting, betaling(en) etc. Maak hier gebruik van. Anderen doen dan een deel van het werk waar de politie geen tijd voor heeft. Voor de respondenten maakt het niet uit wie de informatie verschaft. Leer daarom de potentiële partners kennen en kijk waar de mogelijkheden tot samenwerking liggen. Probeer de gemeenschappelijkheid te ontdekken en formuleer die ook scherp. Belangrijk daarbij is je te realiseren dat het opstarten en vooral het onderhouden van dit soort relaties een blijvende investering vergt.

Ondernemers (en hun vertegenwoordigers in de diverse koepels) zijn geïnteresseerd in de *lokale* veiligheidssituatie. De informatieverstrekking zou zich daar dan ook op moeten concentreren. Daarbij kan gedacht worden aan onderwerpen als criminaliteitscijfers en trends, lopende relevante projecten en de resultaten daarvan. Een ander concreet onderwerp waar de politie een rol zou kunnen spelen is – al dan niet via het RPC – te proberen bedrijven, winkelcentra en bedrijventerreinen te bewegen in de richting van het Keurmerk Veilig Ondernemen.

Probeer het informatieaanbod aan te laten sluiten op de behoeften van de ondernemers

Het doel van ondernemers is de continuïteit van de onderneming en het behalen van winst. De ondernemer maakt keuzes op basis van het principe "What's in it for me?". Om contact te maken met de doelgroep, is het belangrijk hierbij aan te sluiten. Criminaliteit wordt door de ondernemers beschouwd als een taak voor de overheid en niet voor henzelf. Om het bedrijfsleven te betrekken bij criminaliteitsbeheersing, moet het nut van investeringen duidelijk zichtbaar worden gemaakt.

Een voorwaarde hiervoor is, dat de geleverde informatie aansluit op concrete vragen vanuit het bedrijfsleven. In het onderzoeksverslag worden hier enkele voorbeelden van genoemd. Belangrijk hierbij is dat de ene ondernemer de andere niet is. Winkeliers hebben bijvoorbeeld een andere instelling dan industriële ondernemers als het gaat om criminaliteit.

Beperk je tot kerntaken – alleen unieke activiteiten verrichten

De politie zou er goed aan doen bij het stellen van prioriteiten, zich zoveel mogelijk te beperken tot activiteiten waar zij een unieke positie inneemt. Dit is op onderdelen het geval als we kijken naar het informeren van bedrijven.

De politie is bijvoorbeeld de enige die informatie heeft over het aantal delicten en inzicht heeft in trends in criminaliteit (modus operandi, bijvoorbeeld). Het verdient aanbeveling deze informatie meer te delen met bedrijven en andere instanties, zodat de motivatie en betrokkenheid groeit en zij hun eigen ver-

antwoordelijkheden beter kunnen nemen.

Maak gebruik van een gericht communicatiemiddel op maat

De ondernemers hebben geen behoefte aan een permanente stroom informatie; het generiek zenden van informatie heeft weinig zin. De ondernemer wil maatwerk. De prioriteit moet daarom liggen bij zo concreet mogelijke informatie op een schaalniveau dat aansluit bij de beleving van de ondernemer. Als de informatie niet direct van toepassing is op de betreffende ondernemer, belandt deze ongelezen op de stapel oud papier.

Het is belangrijk de communicatiemomenten handig uit te zoeken evenals de plaats. Vergaderingen van ondernemersverenigingen zijn bijvoorbeeld relatief makkelijk om bij te wonen of een presentatie te verzorgen. Hetzelfde geldt voor voorlichtingsavonden, algemene ledenvergaderingen en jaarvergaderingen.

Nodig daarnaast ondernemers of koepels uit op het hoofdbureau en laat ze op die manier kennis maken met de politieorganisatie. Wijkagenten kunnen ook een belangrijke(re) rol spelen in het leggen en onderhouden van contacten. Ondernemers vinden het prettig als een politieman of -vrouw af en toe even een praatje aanknoopt. Naast persoonlijk contact is het handig gebruik te maken van relatief nieuwe media als internet en e-mail. Deze media lenen zich overigens minder voor het gevraagde individuele maatwerk, maar zijn bij uitstek geschikt voor het aanbieden van algemene informatie, zoals naslagwerken en algemene overzichten.

Bijlagen

Bijlage 1 Methode

Onderzoeksvragen

De centrale vraag in dit onderzoek luidt:

Welke informatiebehoeften hebben bedrijven in de regio Noord-Holland Noord op het gebied van veiligheid?

Daarbinnen onderscheiden wij de volgende deelvragen:

- Over welke veiligheidsonderwerpen zouden bedrijven graag informatie willen krijgen?
- Welke van deze onderwerpen zouden prioriteit moeten krijgen?
- Op welke wijze (mondeling, fax, internet) zou informatie-uitwisseling over veiligheid moeten worden verspreid?
- Welke organisatie zou informatie moeten leveren c.q. verspreiden? Waar kan ik terecht?
- Wat kan ik als ondernemer zelf doen aan mijn veiligheid en waar heb ik anderen voor nodig?

Tijdens het interviewen bleek al snel dat de contacten tussen de politie en het bedrijfsleven voornamelijk betrekking hebben op criminaliteitsvraagstukken in plaats van op de veiligheidsproblematiek in zijn algemeenheid. Lopende het onderzoek is de centrale vraagstelling dan ook aangepast zodat duidelijk is dat het onderzoek zich richt op de criminaliteit in het bedrijfsleven en andere aspecten van veiligheid buiten beschouwing laat:

Welke informatiebehoeften hebben bedrijven in de regio Noord-Holland-Noord op het gebied van criminaliteit?

N.b.: de vraag naar de aard en omvang van de criminaliteit en onveiligheid waar het bedrijfsleven in de regio Noord-Holland-Noord – in al haar geledingen en sectoren – de dupe van wordt, maakte dus geen onderdeel uit van het onderhavige onderzoek. Op basis van landelijke gegevens⁵ mag het als een vaststaand feit gekenschetst worden dat die criminaliteit en onveiligheid groot is, het meervoudig slachtofferschap hoog is en de schade (direct en zeker indirect) zeer substantieel is.

Doelgroepen

Bedrijven

Er zijn bij de bedrijven drie doelgroepen te onderscheiden:

- Midden- en kleinbedrijf (MKB);
- Industriële bedrijven;
- Koepelorganisaties.

De reden voor dit onderscheid is, dat elke doelgroep geconfronteerd wordt met andere veiligheidsproblemen en daarom een andere aanpak hanteert.

- Tot het midden- en kleinbedrijf hebben we gerekend: alle bedrijven waar

Noot 5 Zie hoofdtekst alsmede hoofdstuk 2 van deze bijlage.

de inkomsten uit handel of dienstverlening worden verkregen.

Voorbeelden: winkeliers, horeca, bouwmarkten, groothandels, adviesbureaus, reisbureaus, campings.

- Industriële bedrijven zijn in onze definitie bedrijven waar iets geproduceerd wordt, ook als het een ambachtelijk productieproces betreft, zoals bijvoorbeeld bij een meubelmakerij. Ook een ziekenhuis is bij deze categorie ingedeeld.
- Onder koepelorganisaties verstaan we onder meer brancheverenigingen, winkeliersverenigingen, ondernemersverenigingen, vertegenwoordigers van een bedrijfsverzamelgebouw, belangenvertegenwoordigers van industrie- en bedrijventerreinen en dergelijke.

Omdat de verschillen tussen het westelijke deel van de regio ('Noord Kennemerland'), het noordelijke deel (Den Helder en omgeving) en West-Friesland (Enkhuizen, Hoorn en omgeving) voor een belangrijk deel samenvallen met de reeds genoemde driedeling in bedrijfscategorieën, volgens het RBV, is geen onderscheid gemaakt tussen de drie districten.

Politie

Naast gesprekken met vertegenwoordigers van de bedrijven zelf, zijn ook een aantal politiefunctionarissen in de regio geïnterviewd. Deze interviews leverde informatie op over de huidige manier van communiceren met het bedrijfsleven. Belangrijker echter is dat het onderzoek dankzij deze interviews niet los komt te staan van de praktijk: immers de politiemensen konden aangeven wat zij van het idee vonden om een speciale voorziening voor het bedrijfsleven in te richten. Daarmee is feitelijk het draagvlak gepeild. Uiteindelijk is het immers de organisatie zelf die het allemaal waar moet gaan maken. Bij de interviews met politiemensen, is wel een onderscheid gemaakt tussen de drie districten te weten: Noordkop, West-Friesland en Noord-Kennemerland. In elk van deze districten zijn functionarissen geïnterviewd die gebiedsgebonden werken, te weten afdelingshoofden en groepschefs.

Wijze van gegevens verzamelen

Interviews

De gegevens zijn verzameld aan de hand van halfgestructureerde diepte-interviews. Dat betekent dat wij volgens een vooraf opgestelde (en geteste) vragenlijst gesprekken hebben gevoerd met een relatief klein aantal respondenten. Per gesprek is meer tijd uitgetrokken dan gebruikelijk bij een gewone enquête, zodat er ook ruimte ontstond voor het verzamelen van achtergrondinformatie. De vragenlijst liet bovendien ruimte voor ideeën van elke respondent, bijvoorbeeld vanuit diens specifieke deskundigheid. De gesprekken zijn grotendeels telefonisch afgenomen.

De vragenlijsten die zijn afgenomen zijn samengesteld op basis van twee interviews, één met vertegenwoordigers van het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing (NPC) en één met de vertegenwoordiger van de Kamer van Koophandel, en op basis van desk-research, waarbij alle relevante documenten zijn bestudeerd. In overleg met de opdrachtgever is eerst een voorlopige vragenlijst gemaakt, die is uitgetest in twee vraaggesprekken. Aan de hand van die proefinterviews is de definitieve vragenlijst opgesteld voor de overige interviews.

Responsverantwoording

Respons bedrijven

Per bedrijfsdoelgroep (MKB, Industrie, Koepelorganisatie) is ernaar gestreefd vijftien interviews te realiseren (in totaal dus 45). Voor dit aantal is gekozen aangezien het doel van het onderzoek niet is om middels een grote steekproef uitspraken te doen over de hele doelgroep van bedrijven, maar om via een relatief klein aantal diepte-interviews zoveel mogelijk relevante informatie boven tafel te krijgen.

Omdat het verkrijgen van medewerking voor de interviews wisselend verliep zijn uiteindelijk 92 bedrijven benaderd (tabel 1 biedt een overzicht van de redenen van non-respons). Hiervan hebben er uiteindelijk 41 aan ons verzoek voldaan. De respons is derhalve 45%, ofwel bijna de helft⁶. Met deze respons is het onderzoeksdoel gerealiseerd. De samenstelling van de steekproef komt echter niet overeen met de vooraf gekozen aantallen. Het bleek niet mogelijk voldoende industriële bedrijven te interviewen; daarom zijn meer vertegenwoordigers van het midden- en kleinbedrijf geïnterviewd.

De respons is als volgt verdeeld over de bedrijfscategorieën:

- 24 zaken behorend tot het midden- en kleinbedrijf;
- 5 industriële bedrijven;
- 12 koepelorganisaties, zoals brancheverenigingen, winkeliersverenigingen, vertegenwoordigers van een bedrijfsverzamelgebouw.

Non-respons bedrijven

De non-respons is 55%, dat wil zeggen dat 51 bedrijven om uiteenlopende redenen niet wilden of konden meewerken. Onderstaand volgt een overzicht van de opgegeven redenen:

Tabel 1 Redenen voor non-respons bedrijven (meerdere antwoorden per respondent mogelijk)

Reden	Aantal
Te klein bedrijf om iets aan veiligheid te doen	7
Onbereikbaar / te druk / steeds afwezig / gaf niet thuis	6
Vakantie	6
Nummer klopte niet / onbekend	5
Wil alleen schriftelijk / Wil telefonisch geen veiligheidsvraagstukken bespreken	4
Heeft zelf alles al goed laten beveiligen	4
Wil niet meewerken / Heeft geen interesse zonder opgaaf van reden	3
Niet beschikbaar op kantoor tijden	2
Vindt dat politie zelf moet langskomen	2
Meent er geen belang bij te hebben / meent dat het geen zin heeft	2
Heeft politie niet nodig als hij wil beveiligen	1
Heeft een hond en "ziet verder wel"	1
Voelt zich veilig	1
Heeft al goed contact met de politie	1
Doorverwijzing naar hoofdkantoor van keten	1
Ontevreden over gebrek aan reactie van politie op eerdere aangiften	1
Afwezig op afgesproken tijd	1
Totaal (n = 51)	52

Noot 6 Een normale respons bij telefonisch interviewen ligt rond de 35 %.

Respons politie

Het verkrijgen van medewerking van de politiemensen verliep moeizaam. Degenen die medewerking verleenden, gaven vaak aan dat ze weinig van de veiligheidsbehoeften van bedrijven wisten. Veelal kon daarom slechts tamelijk oppervlakkig over het onderwerp gesproken worden. Veel vragenlijsten zijn zodoende onvolledig ingevuld. De gesprekken bleven noodgedwongen beperkt tot enkele globale vragen, zoals:

- Hoe verloopt het contact met het bedrijfsleven op dit moment?
- Denkt u dat er bij het bedrijfsleven behoefte is aan informatie over veiligheid?
- Wat vindt u van het idee om een speciaal informatiepunt op te zetten voor bedrijven?
- Hoe zou zo'n informatiepunt er eventueel uit moeten zien en welke communicatiemiddelen zouden er gebruikt moeten worden?

Op basis van een door de RBV verschaftte lijst met 24 namen: elf uit Noord-Kennemerland, zes uit West-Friesland en zes uit de Noordkop, zijn negen gesprekken met politiemensen gerealiseerd. Zij zijn als volgt verdeeld over de districten en functies:

Tabel 2 Respons politiemensen

District	Afdelingshoofd	Groepschef	Wijkcoördinator	Overige functies	Totaal
Noordkop	1		2		3
West-Friesland		1	1		2
Noord-Kennemerland	1		1	1	3
Regio				1	1
Totaal	2	1	4	2	9

Van de aanvankelijke bedoeling om per district één afdelingshoofd en twee groepschefs te interviewen, is gaandeweg afgeweken. Deze functionarissen bleken in de dagelijkse praktijk zó zelden te maken hebben met ondernemers en veiligheidsvraagstukken dat ze er meestal weinig over konden zeggen. We zijn er daarom toe overgegaan mensen te benaderen, die direct contact hebben met het bedrijfsleven, namelijk wijkcoördinatoren, een medewerker Bijzondere Wetten en een medewerker van de meldkamer.

Non-respons politie

Om uiteenlopende redenen zijn niet alle mogelijke respondenten geïnterviewd.

Tabel 3 Redenen voor non-respons politie (meerdere antwoorden per respondent mogelijk)

Reden	Aantal
Niet gebeld omdat al voldoende mensen gesproken in het bewuste district	9
Reageert niet op ingesproken berichten	1
Overgeplaatst	1
Persoon onbekend	1
Langdurig ziek	1
Heeft nooit contact met bedrijven	1
Geen tijd te vinden waarop interviewer en respondent beiden gelegenheid hebben	1
Totaal	15

Bijlage 2 Veiligheid en bedrijfsleven

Wat is veiligheid?

Veiligheid is een veelomvattend begrip. In het Integraal Veiligheidsprogramma van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties wordt veiligheid omschreven als het aanwezig zijn van een zekere mate van ordening en rust in het publieke domein en van bescherming van leven, gezondheid en goederen tegen acute of dreigende aantastingen. Onveiligheid is te omschrijven als alles wat hierop inbreuk maakt. Die inbreuken op de veiligheid kunnen feitelijke aantastingen van de veiligheidssituatie betreffen, maar kunnen ook veiligheidsrisico's en gevoelens van onveiligheid betreffen.

Ook voor ondernemers is veiligheid een breed begrip. Naast criminaliteit behelst het verkeersveiligheid, calamiteiten, brandveiligheid en arbo, waarbij criminaliteit kan worden opgedeeld in interne (dat wil zeggen gepleegd door eigen personeel) en externe (dat wil zeggen, niet door eigen werknemers gepleegde) criminaliteit. Zoals in het vorige hoofdstuk reeds aangegeven richt dit onderzoek zich op de criminaliteit en dan met name op de externe criminaliteit, simpelweg omdat de politie daar het meeste mee van doen heeft.

Omvang/ ernst van het probleem

Voor ondernemers is een goed inzicht in de criminaliteit die de eigen branche treft, van groot belang. Op basis van de uitkomsten van onderzoek kunnen ze betere maatregelen treffen om slachtofferschap in de toekomst te voorkomen. Het is dan ook verbazingwekkend dat het bedrijfsleven lange tijd slechts

zeer beperkt inzicht heeft gehad in het eigen slachtofferschap. De huishouding van bedrijven is vaak ook niet optimaal ingesteld op het verzamelen van zulke gegevens. Bovendien is voor de bedrijven zelf vaak de materiële en financiële schade belangrijker dan de strafrechtelijke implicaties. Naast criminaliteit waarvan de bevolking het slachtoffer wordt, is criminaliteit bij bedrijven en instellingen nu een onderwerp dat steeds meer aandacht krijgt. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat een groot deel van de Nederlandse bedrijven en instellingen het slachtoffer worden van criminaliteit.

Voor wat betreft slachtofferschap onder bedrijven in de politieregio NHN is geen specifieke info bekend. Wel zijn er landelijke onderzoeken uitgevoerd en in principe is er geen reden om aan te nemen dat het beeld in NHN afwijkt van het landelijke beeld. Anders dan bij slachtofferschap onder burgers blijkt uit onderzoeken dat er weinig verschillen naar regio zijn, of tussen de steden en de rest van het land. Om een beeld te krijgen van de ernst van de problematiek geven we hier de resultaten weer van enkele recente onderzoeken zoals ze door het Nationaal Platform Criminaliteitsbeheersing zijn verwoord.

Het meest recente onderzoek is een pilot van de monitor Bedrijven en Instellingen (MBI) in drie sectoren te weten bouw-, transport- en recreatiesector. Daaruit blijkt dat een meerderheid van de bedrijven in deze branches criminaliteit niet als een probleem ervaart. Toch worden de bedrijven in deze sectoren regelmatig het slachtoffer van criminaliteit. Dit varieert van vier op de tien bedrijven in de bouw tot ruim een kwart van de bedrijven in de sector cultuur. Bovendien heeft een groot deel van de getroffen bedrijven te maken

met meerdere typen van criminaliteit en was er vaak sprake van herhaald slachtofferschap. Dat wil zeggen dat het slachtofferschap niet beperkt blijft tot een incident. De schade in de bouw- en transportsector bedraagt samen jaarlijks ongeveer 720 miljoen gulden. In de totale criminaliteit binnen alle sectoren neemt het bedrijfsleven 4 miljard gulden schade voor haar rekening.

Een recente, brede studie is afkomstig van de Stichting TrendMeter die in 2000 een onderzoek publiceerde naar slachtofferschap bij ruim 400 middelgrote Nederlandse ondernemingen (20-500 werknemers). Van die ondernemingen bleek 90 % de afgelopen drie jaar het slachtoffer te zijn geweest van criminaliteit van buitenaf. Diefstal en malafide praktijken met nep-advertenties of nep-facturen vormden beide met 50% de meest voorkomende delicten. Hierna volgden inbraak (41%), vandalisme (39%), roofovervallen (4%), sabotage (3%) en afpersing (2%). De getroffen bedrijven meldden een gemiddelde schade van zo'n 8.000 euro per jaar. Dit zou neerkomen op een jaarlijkse schade van ongeveer een kwart miljard euro voor het hele middenbedrijf.

Eveneens in 2000 publiceerde MKB Nederland de resultaten van een onderzoek naar slachtofferschap onder zo'n 4.000 ondernemers in het midden- en kleinbedrijf. Daaruit bleek dat vier op de tien bedrijven in de voorgaande vijf jaren te kampen hadden met criminaliteit. Een op de acht zei in 1999 fysiek te zijn bedreigd.

Per sector zijn er grote verschillen in slachtofferschap. De ene sector is nu eenmaal een aantrekkelijker doelwit dan de andere. Dat maakt een systematisch onderzoek naar criminaliteit in het bedrijfsleven ook zo lastig. De gegevens van de diverse branches zijn minder gemakkelijk met elkaar te vergelijken en bovendien kunnen zich binnen een branche ook grote verschillen voordoen. Daarnaast is er een grote verscheidenheid in delictsoorten waarmee bedrijven en instellingen worden geconfronteerd. En ten slotte zijn ondernemingen er niet op gericht dergelijke gegevens bij te houden.

Pogingen om een totaalbeeld te schetsen dateren alweer van meer dan 10 jaar geleden. De eenmalig uitgevoerde Politie-monitor Bedrijven en Instellingen (1992) wees uit dat zo'n 38% van de Nederlandse bedrijven en instellingen jaarlijks het slachtoffer werd van veelvoorkomende criminaliteit. De nog oudere slachtofferenquêtes onder bedrijven uit 1990 rept van 42% slachtofferschap onder commerciële bedrijfsvestigingen.

Bijlage 3 Resultaten

Uitkomsten interviews met bedrijven

De meeste geïnterviewden zijn uitermate tevreden over de veiligheidssituatie van het eigen bedrijf. Zij geven aan weinig tot geen veiligheidsproblemen te hebben (minder dan 1 maal per jaar politie-inzet). Dit is met name het geval bij bedrijven die gevestigd zijn in een rustige, nette buurt.

Een enkel bedrijf laat hele andere getallen zien. Zo is er bij een groot warenhuis gevestigd in de binnenstad van Alkmaar vijf à tien keer per dag sprake van diefstal. Daarnaast is er nog een groep van bedrijven die enkele keren per jaar "iets" hebben waarvoor de politie geroepen moet worden. De veiligheidsproblemen waar deze bedrijven mee te maken hebben, concentreren zich rond diefstal en vernieling met als negatieve uitschieter inbraak. Inbraak komt op alle plekken voor, terwijl met name in de grotere plaatsen, winkels ook last hebben van zakkenrollerij, hangjongeren, inbraak in auto's en agressief gedrag van klanten. Eén bedrijf gaf bovendien aan last te hebben van professionele groepen die diverse soorten strafbare feiten plegen (b.v. valsemunterij). Daarnaast spelen bij een aantal bedrijven ook bedrijfsinterne zaken als fraude en wanbetaling een rol. Tot slot werd ook parkeer- en verkeersproblematiek diverse malen genoemd, maar dit onderwerp gaat meer in de richting van leefbaarheid dan veiligheid.

Die bedrijven waar in het verleden incidenten hebben plaatsgevonden, doen nagenoeg altijd aangifte (of de particuliere beveiliging, of de klant die slachtoffer werd). Dit gebeurt niet altijd als het om kleine incidenten gaat of als de verdachten de spullen zelf weer teruggeven. Elektronische aangifte is geen onderwerp dat veel interesse opwekt: geen van de ondernemers kwam zelf met een opmerking over dit onderwerp. Kennelijk is het doen van aangifte nu dus geen grote belemmering.

Beveiliging

De meeste respondenten geven aan binnen het bedrijf wel één of andere vorm van beveiliging te hebben. Bij die bedrijven waar zich weinig tot geen incidenten hebben voorgedaan, blijft het simpel gezegd bij goed hang- en sluitwerk dat bij het betrekken van het pand wordt aangelegd of al was aangelegd. Veiligheid is daarmee 'geregeld' en daarna veelal ook geen onderwerp meer. Bij die bedrijven waar zich wel incidenten hebben voorgedaan heeft men veelal nadien veiligheidsmaatregelen getroffen of de maatregelen verscherpt. Daarbij kan gedacht worden aan technische maatregelen, bijvoorbeeld het aanleggen van een bel, alarminstallatie, camera's, magneetsloten, elektronische deuren, rookmelders, ijzeren hek. Ook zijn in sommige gevallen bepaalde bedrijfsinterne procedures aangescherpt die de kans op strafbare feiten moeten verkleinen. Daarbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het niet langer buiten laten staan van papiercontainers zodat zij geen gemakkelijk doelwit meer zijn voor vernieling of het niet langer op de openbare weg parkeren van bedrijfsauto's waardoor de kans op vernielingen en inbraak afneemt. Een aantal respondenten merkte ook op dat het personeel een stuk oplettender is geworden en dat daar een sterk preventieve werking van uitgaat. Met behulp van trainingen is dit soms nog extra gestimuleerd.

De resultaten van de maatregelen zijn vooral gelegen in het feit dat het personeel en de klanten zich veiliger voelen. Slechts in een klein aantal gevallen had men de resultaten ook gekwantificeerd en beschikte men over dalende criminaliteitscijfers en dalende kostenpost(en) op de balans. Eén respondent nuanceerde de resultaten met de opmerking dat meer inspanningen weliswaar leiden tot minder diefstal, maar dat de diefstal onmiddellijk weer toeneemt als de aandacht verslapt. Een andere respondent gaf aan dat "als ze binnen willen komen, ze toch wel binnen komen".

Gezamenlijke beveiliging

Naast bedrijfseigen veiligheidsmaatregelen is soms ook sprake van een vorm van collectieve beveiliging. De ondernemer neemt maatregelen aan het eigen pand, de koepel neemt maatregelen in de (semi-)openbare ruimte. Bij de meeste koepelorganisaties is veiligheid een belangrijk thema. Zó belangrijk zelfs dat dit als één van de redenen voor samenwerking wordt gezien, naast het promoten van de regio, behartigen van de belangen van de regio, kweken van saamhorigheid en het hebben van één gesprekspartner richting andere partijen en voorlichting naar de achterban. Met de politie en gemeente(n) zijn publiek-private samenwerkingsverbanden aangegaan, soms in de vorm van een stichting. Deze samenwerking concentreert zich in veel gevallen rond het inhuren van een particuliere beveiligingsorganisatie voor het verzorgen van surveillancediensten.

Wat opvalt is dat deze samenwerking in een aantal gevallen pas onlangs vorm heeft gekregen. In die gevallen is dan ook nog weinig over de resultaten te zeggen. In andere gevallen is men over het algemeen tevreden over de resultaten van de collectieve inzet. Soms wordt dit ondersteund door dalende inbraakcijfers. Daarnaast wordt als groot voordeel genoemd dat "vreemde situaties" nu geregistreerd worden en worden teruggekoppeld aan de mogelijk betrokkene(n). Ook zou het preventief werken. Het meelifteffect wordt als nadeel genoemd: ook bedrijven die niet meedoen, hebben profijt van de verbeterde veiligheidssituatie.

Samenwerking met politie

Op het gebied van veiligheidsbeleid noemen de meeste respondenten de politie als belangrijkste partner. In verreweg de meeste gevallen vinden de contacten met de politie achteraf plaats naar aanleiding van incidenten en de afhandeling daarvan (opnemen van aangiften etc.). Soms wordt de politie ook ingeschakeld als adviseur bij het nemen van veiligheidsmaatregelen. En een enkele keer hebben de contacten een meer structurele basis in de vorm van deelname in projecten of als lid van diverse platforms. Ook ontstaan contacten doordat de politie wordt uitgenodigd voor bijeenkomsten van een koepelorganisatie of doordat de politie zelf voorlichtingsavonden organiseert, maar dit zijn uitzonderingen.

De samenwerking met de politie wordt door de respondenten zeer wisselend gewaardeerd: 1/3 deel van de respondenten geeft aan hierover geen mening te hebben aangezien zij weinig tot niet met de politie in contact komen. Nog eens 1/3 deel van de respondenten geeft aan dat de politie in geval van calamiteiten altijd snel ter plaatse is en de zaak zorgvuldig afhandelt. Ook geeft de politie goede tips en adviezen, vooral op het gebied van preventie. Met name de bedrijven of koepels die vaker contact hebben met de politie geven aan tevreden te zijn: zij hebben hun vaste contactpersoon en weten daarmee de hiërarchie en bureaucratie te omzeilen.

De overgebleven respondenten (wederom 1/3) zijn echter ontevreden over de samenwerking. Zij zien de politie zelden, wat door de meeste respondenten wordt geaccepteerd zolang er niets gebeurt. Wat echter als uitermate ongewenst wordt ervaren is dat ook als de politie nodig is ze soms onvoldoende zichtbaar is. Laat staan dat er ruimte is voor een gewoon praatje op straat. Daarnaast vinden zij dat de politie haar taken niet geheel naar behoren vervuld, met name op het gebied van toezicht, waardoor dit moet worden overgenomen door andere organisaties. Bovendien lukt het de politie maar heel matig om de strafbare feiten op te lossen, volgens deze respondenten. De politie wordt daarom niet altijd als partner gezien. Soms is het de ondernemers ook niet duidelijk wat de politie voor hen kan doen, maar heerst wel het idee dat dit niet veel is; het imago van de politie is kortom niet goed. Een deel van de respondenten gaf echter aan ook geen behoefte te hebben aan meer contact: de politie heeft het al druk genoeg en moet zich concentreren op haar hoofdtaken.

Andere veiligheidspartners

Individuele bedrijven hebben over het algemeen weinig contact met de gemeente op het gebied van veiligheid. De gemeente wordt als wat afzijdig ervaren. De contacten die er zijn, liggen voornamelijk op het gebied van integrale veiligheid en leefbaarheidsvraagstukken als parkeer- en verkeersproblemen.

De meeste contacten met de gemeente(n) lopen via de koepels. Tussen deze partijen is regelmatig overleg over een breed scala aan onderwerpen, variërend van het bestemmingsplan tot de promotie van de vestigingsplaats. Vaak heeft de koepelorganisatie een vaste contactpersoon bij de gemeente (tot de burgemeester aan toe) waardoor de lijnen kort zijn en de samenwerking prettig verloopt. Dit kan zelfs zo ver gaan dat gezamenlijk activiteiten worden ondernomen zoals het afleggen van bedrijfsbezoeken.

De Kamer van Koophandel (KvK) wordt op het gebied van veiligheid niet beschouwd als een partner. Met name de kleinere bedrijven hebben überhaupt weinig contact met de KvK. Bovendien geven de bedrijven die wel contact hebben met de KvK aan dat dit contact niet op het terrein van veiligheid ligt, een uitzondering daargelaten. Het Regionaal Platform Criminaliteitspreventie (RPC) en de Stichting Veiligheidszorg zijn voor de meeste respondenten nog onbekende spelers. Een enkeling is bekend met de Stichting maar heeft er verder geen contact mee. De meeste koepelorganisaties zijn wel bekend met het RPC maar hebben er geen contact mee.

Als bedrijven zijn aangesloten bij een koepelorganisatie wordt de koepel veelal als serieuze partner gezien. De winkeliers-, ondernemers- en ook branchevereniging(en) beschikken over meer gerichte informatie en zijn daarmee als partner voor de individuele bedrijven zeer interessant. "Wat zijn de onveilige plekken in de straat of wat zijn de nieuwste beveiligingstechnieken bij Horeca Nederland?" zijn vragen die zij kunnen beantwoorden.

Echter, ook zonder het verenigingsverband helpen bedrijven elkaar. Soortgelijke bedrijven of collega bedrijven/winkels in de buurt houden elkaar op de hoogte van verdachte personen en omstandigheden. Mondeling of via de telefoon worden signaleringen doorgegeven. Ook is op de kleinere bedrijventerreinen of in het centrum van een dorp nog duidelijk sprake van een zekere sociale controle.

Ook de particuliere beveiligingsorganisatie is diverse malen als partner genoemd. Voor veel respondenten is veiligheid min of meer synoniem met fysieke beveiliging. Het aansluiten van systemen, de surveillance en alarmopvolging en de soms bijna dagelijkse contacten die daaruit voortvloeien maken

de particuliere beveiliging tot een heel (her)kenbare partner.

Bij bedrijven die deel uitmaken van een regionale of landelijke keten kan het hoofdkantoor een belangrijke rol spelen, aangezien daar het beleid, en dus ook het veiligheidsbeleid, voor alle vestigingen grotendeels wordt bepaald. Dit kan betekenen dat vanuit het hoofdkantoor wordt voorzien in informatie en cursussen op het gebied van bijvoorbeeld regelgeving, beveiliging, preventie, omgang met agressie en overvallers.

Andere partners die nog genoemd werden zijn: de brandweer in het kader van het vergunningenbeleid, Bureau Halt voor de coördinatie van taakstraffen en de verhuurder van het pand voor de fysieke beveiliging.

Informatie-uitwisseling

De overgrote meerderheid van de respondenten is tevreden over de informatiepositie die zij hebben op het gebied van veiligheid. Zeker zolang zich geen criminele incidenten voordoen, hebben zij geen behoefte aan informatie van de politie of andere partners. Een groot deel van de respondenten kent bovendien de wegen, mocht zich wel zo'n incident voordoen. Sommige ondernemers zorgen er ook zelf voor dat ze via diverse kanalen als bijvoorbeeld de koepel(s), particuliere beveiligingsdienst, het hoofdkantoor of internet op de hoogte blijven van ontwikkelingen.

Bij de koepels is het geluid wisselend. Een deel van de organisaties heeft op geregelde basis contact met de politie, voornamelijk over de relevante criminaliteitscijfers. Aan deze bijeenkomsten wordt veel belang gehecht. Een ander deel van de koepels heeft dit contact niet, maar wel de behoefte aan informatie over veiligheid op lokaal niveau, vooral omdat ze met die informatie hun leden op de hoogte willen houden.

De respondenten vragen zelf bij de politie niet vaak informatie op over veiligheid. Dit gebeurt slechts incidenteel ten behoeve van projecten of wanneer ze behoefte hebben aan advies bijvoorbeeld op het gebied van preventie, omgang met overvallers of beveiliging. Voor dit laatste gaan ze ook naar de particuliere beveiligingsorganisatie, als men daar al mee samenwerkt. Wel worden via de koepels en platforms lezingen en voorlichtingsavonden bezocht waar informatie wordt gehaald.

De behoefte aan informatie ontstaat vaak pas nadat zich een incident heeft voorgedaan. Ongevraagd ontvangt men wel een hoop reclamefolders, vooral op het gebied van beveiliging. Hier wordt weinig mee gedaan omdat de beveiliging vaak al "geregeld" is. Bij navraag blijkt de inhoud van het ontvangen materiaal ook vaak niet meer bekend.

Zoals reeds eerder opgemerkt, zijn de respondenten over het algemeen heel tevreden over de informatiepositie en -voorziening op het gebied van veiligheid. Dit wordt voor een groot deel veroorzaakt doordat de meeste ondervraagden maar zeer beperkt behoefte hebben aan informatie op dit terrein; zeker zolang zich geen incidenten voordoen is veiligheid voor hen duidelijk geen prioriteit. Deze indruk ontstond ook al uit de weigeringen van respondenten om mee te werken aan de interviews. Desondanks wordt door de respondenten nog een aantal punten genoemd, waar wel behoefte aan is. Een deel van de respondenten is en blijft graag op de hoogte van de criminaliteitscijfers, aanpak, dadergroepen, activiteiten en trends. Zij zouden hiervan graag op geregelde basis geïnformeerd worden. Ook zijn er respondenten die behoefte hebben aan persoonlijk advies en overleg over knelpunten en

verbeterpunten op het gebied van preventie. Daarnaast zijn met name winkeliers geïnteresseerd in de vraag hoe om te gaan met agressieve klanten.

Alhoewel de politie door de meeste respondenten als de meest logische partner wordt gezien, maakt het niemand feitelijk uit welke organisatie de veiligheidsinformatie verschaft. De gemeente(n) in de vorm van het Bureau Integrale Veiligheid werd ook een paar maal geopperd als mogelijke informatieverschaffer, aangezien daar inmiddels aardig wat kennis opgebouwd is. Particuliere beveiligingsbedrijven hebben een commerciële insteek en daarmee geen onafhankelijke positie. Hiervoor zijn de daarom minder interessant. De Kamer van Koophandel ligt niet voor de hand omdat die volgens de respondenten meer een voorlichtende rol heeft en beschikt over weinig kennis en expertise op het gebied van veiligheid. Collega ondernemers waarschuwen soms elkaar voor verdachte personen of bijvoorbeeld niet betalende klanten in restaurants.

Door diverse respondenten werd nog opgemerkt dat informatie-uitwisseling met de politie in het kader van de privacywetgeving lastig is. De politie mag bijvoorbeeld niet zomaar informatie prijsgeven over verdachte personen. De privacywetgeving geeft daarmee duidelijke grenzen aan de mogelijkheden tot samenwerking. Daarnaast is het ook niet gewenst dat bepaalde informatie openbaar wordt. Hoe makkelijker de info voor het oprapen ligt, hoe gemakkelijker degene die naar binnen wil weet, wat hij/zij moet omzeilen.

Hoe te communiceren?

Voor alle soorten communicatiemiddelen zijn voor- en tegenstanders te vinden. Afhankelijk van de boodschap scoren het persoonlijk bezoek en het gebruik van e-mail het hoogst. Bij een onderwerp als veiligheid is vertrouwen erg belangrijk en veel respondenten kiezen daarom ook voor een persoonlijke benadering. Een concrete activiteit als het geven van preventieadvies kan daarbij de gelegenheid bieden.

Een aantal respondenten ziet hier echter niets in en beschouwt dit als pure tijdverspilling: volgens hen is een bezoek alleen noodzakelijk als er zich urgent iets voordoet. Daarnaast is het gebruik van e-mail praktischer en geschikter om algemene informatie te verspreiden (b.v. via een nieuwsbrief).

Nog niet alle respondenten zijn vertrouwd met het gebruik van internet. Het gebruik van internet sluit echter wel beter aan bij de behoefte van sommigen zelf actief informatie te zoeken op een door hen gewenst moment.

Zonder verder in te gaan op de concrete vraag hoe de politie in de informatiebehoefte zou kunnen voorzien (deze vraag zal door de organisatie zelf moeten worden beantwoord), zijn een aantal indrukken die uit de interviews naar voren komen: gerichte informatie, aansluiten bij media die al bestaan, inspelen op de actualiteit, proberen kanalen te bundelen.

Nagenoeg alle respondenten beschikken over fax, internet of e-mail. De meeste respondenten ontvangen de Kamer van Koophandel-krant en bladeren die vluchtig door. De koepels daarentegen lezen die krant uitgebreider. Ook de lokale huis-aan-huis bladen worden vluchtig gelezen. Slechts enkele respondenten zijn bekend met de Veiligheidskrant van de Stichting Veiligheidszorg.

Uitkomsten interviews met politie

Zoals al eerder opgemerkt, gaven de meeste politieële respondenten aan weinig inzicht te hebben in de behoeften van het bedrijfsleven op het gebied van veiligheid. Zelfs degenen die in de dagelijkse praktijk regelmatig contact onderhouden met bedrijven, konden er vaak weinig over zeggen. Kennelijk leeft dit onderwerp niet sterk.

De weinigen die een uitspraak deden over de aard van de veiligheidsproblemen bij bedrijven, zeiden dat het vooral om inbraken ging en in de horeca om openbare ordeproblemen.

Een enkeling wist in dit verband te melden dat het aantal inbraken bij bedrijven toeneemt. De prioriteiten van de politie liggen tegenwoordig elders, met name bij geweld. Het zou kunnen zijn, dat er daarom bij de politie minder aandacht bestaat voor criminaliteit bij bedrijven, aldus deze respondent. Vanuit deze invalshoek zou bij bedrijven een toenemende behoefte aan politiebemoeienis verwacht kunnen worden.

Een andere respondent meende dat bedrijven vooral behoefte hebben aan risico-inschattingen voor hun bedrijf of voor hun branche en aan adviezen over alternatieve beveiliging die minder kost dan de reguliere.

Samenwerking met bedrijfsleven

De huidige wijze waarop de communicatie met het bedrijfsleven is geregeld, is in grote lijnen:

- doorverwijzen naar Bureau Veiligheid als er een vraag komt naar beveiligingsadviezen; men heeft daar speciale mensen voor;
- doorverwijzen naar de basispolitiezorg als een bedrijf slachtoffer is geworden van een delict.

In de praktijk wordt overal weinig informatie gevraagd door bedrijven, volgens de politiemensen – een uitkomst die strookt met de gesprekken die we met de bedrijven zelf hebben gevoerd.

Bij één wijkteam werd gemeld dat een collega contactpersoon was voor de horeca en een andere (tot voor kort) voor kleine ondernemers; de laatstgenoemde kreeg zelden vragen van bedrijven. In een ander wijkteam is voor grote bedrijventerreinen wel eens een presentatie gehouden over wat de politie kan bieden. Om nieuw slachtofferschap te voorkomen worden hier ook bedrijven gewaarschuwd die qua profiel overeenkomen met een bedrijf dat recent slachtoffer is geworden van criminaliteit.

Informatie-uitwisseling

Een aantal politiemensen had geen idee of het bedrijfsleven behoefte heeft aan informatie over veiligheid. Bij degenen die daar wel een idee van hadden, waren de meningen verdeeld: enkele medewerkers dachten dat er wel behoefte aan was, met name bij kleine ondernemersverenigingen en bij bedrijventerreinen; kleine zelfstandigen zouden vanwege de kosten geen behoefte hebben aan dergelijk advies, vermoedde men. Een wijkcoördinator had overigens ooit aangeboden om de vergaderingen van de ondernemersvereniging bij te wonen, maar dat aanbod was afgewimpeld. Hij meende dan ook dat bedrijven alleen contact zoeken als er een panieksituatie is. Een andere respondent onderschreef dat, maar merkte op dat hij vrede heeft met die situatie: hij wil het alleen weten als er een criminaliteitsgolf plaatsvindt.

Bij anderen bestond het idee dat het bedrijfsleven al aardig goed beveiligd was en daarom geen behoefte zou hebben aan informatie op dit gebied.

Dit idee werd door een andere respondent bevestigd met de opmerking dat de politie daar voor een deel de hand in gehad heeft: de politie (m.n. het RBV) zou de bedrijvenbeveiliging in het verleden 'goed op de rails gezet' hebben. De houding bij enkele politieke respondenten is dan ook: als een bedrijf nu nog niet goed beveiligd is, dan heeft het dat aan zichzelf te wijten.

De meeste politiemensen zijn terughoudend over de vraag of het verspreiden van informatie over veiligheid aan bedrijven een taak is van de politie: de politie heeft daar volgens hen wel een rol in, maar zeker geen voortrekkersrol; die zou door derden vervuld moeten worden. Met name wordt dan geïndiceerd op particuliere beveiligingsbedrijven, hoewel één respondent die juist uitdrukkelijk uitsluit vanwege de commerciële belangen die daar altijd meespelen. Ook de gemeente wordt wel genoemd.

Een enkeling vindt deze taak gewoon tot het gebiedsgebonden werk horen: ook voor bedrijven geldt 'kennen en gekend worden', waarbij de politie vooral moet weten naar wie ze moet doorverwijzen.

Een ander voegt daaraan toe, dat informatieverspreiding voor de bedrijven waarschijnlijk wel primair een politietak lijkt, omdat de politie onafhankelijk is in tegenstelling tot beveiligingsbedrijven.

Enkele respondenten merken op dat ze de informatieverstrekking aan burgers belangrijker vinden.

Het oprichten van een afzonderlijk informatiepunt voor het bedrijfsleven vinden de respondenten van de politie niet echt nodig. Volgens hen zijn de contacten met bedrijven best goed geregeld en is ook de beveiliging van de meeste bedrijven goed. Wel vond een aantal politiemensen (zes respondenten) dat zo'n afzonderlijk informatiepunt (al dan niet functionerend in samenwerking met derden) een nuttige *aanvulling* kan vormen op de service. Dit in verband met kortere wachttijden⁷, gerichtere informatieverstrekking en -verzameling en dergelijke, zowel richting politie als bedrijfsleven. Ook zou het informatiepunt kunnen fungeren als aanjager die betrokkenen bij elkaar brengt, ideeën voor oplossingen aandraagt, maar niet de uitvoering voor zijn rekening neemt. Een andere respondent gaf aan dat een aparte loketfunctie zinvol kan zijn omdat daar de mogelijkheden tot persoonlijk contact en directe hulp beter geregeld (kunnen) zijn.

Hoe te communiceren?

Veel respondenten konden niet aangeven hoe naar hun mening de communicatie tussen bedrijfsleven en politie plaats zou moeten vinden. Bij degenen die wel een mening hadden gingen de gedachten meestal uit naar een voorziening op het internet, bijvoorbeeld een website of een webpagina onder de site van een andere organisatie zoals de Kamer van Koophandel.

Een enkeling wilde het liefst een combinatie van zoveel mogelijk media-kanalen: een website en een balie en een telefoonlijn bijvoorbeeld. Het verschijnsel balie stuitte bij alle respondenten vrijwel meteen op het probleem: waar moet die dan komen? Ook andere respondenten dachten aan een combinatie, maar dan bijvoorbeeld van een website (grofmazige informatie) met een telefoonlijn of persoonlijk contact (fijnmaziger informatie).

Een enkeling had juist zijn twijfels bij een website, omdat bedrijven zo concreet mogelijke informatie willen. Hij opperde om zo'n informatiepunt uit te besteden aan een bedrijf dat tegen betaling informatie over veiligheid

Noot 7 Overigens wees een respondent erop dat er in zijn wijkteam geen sprake is van wachttijden, omdat de contacten met bedrijven op afspraak gaan.

verstrekt aan bedrijven, toegesneden op hun situatie; eventueel zou je hier nog iemand kunnen stationeren die concrete beveiligingsadviezen geeft. Ook een andere reactie ging deze richting uit: deze respondent suggereerde het model van Bureau Veilig Wonen te volgen. Dat bureau verwijst naar een grote winkel in ijzerwaren, waar iemand zit met expertise van de eisen van het Keurmerk. Voor bedrijven zou je iets vergelijkbaars kunnen doen. Dat er behoefte is aan maatwerk en aan begeleidend persoonlijk contact, onderschrijft ook een andere respondent.