

The background is a solid blue color with a gradient from light blue at the top to a darker blue at the bottom. There are several white, thin-lined circular arcs scattered across the background, some overlapping each other.

Store of the Future

Prepare for a secure future



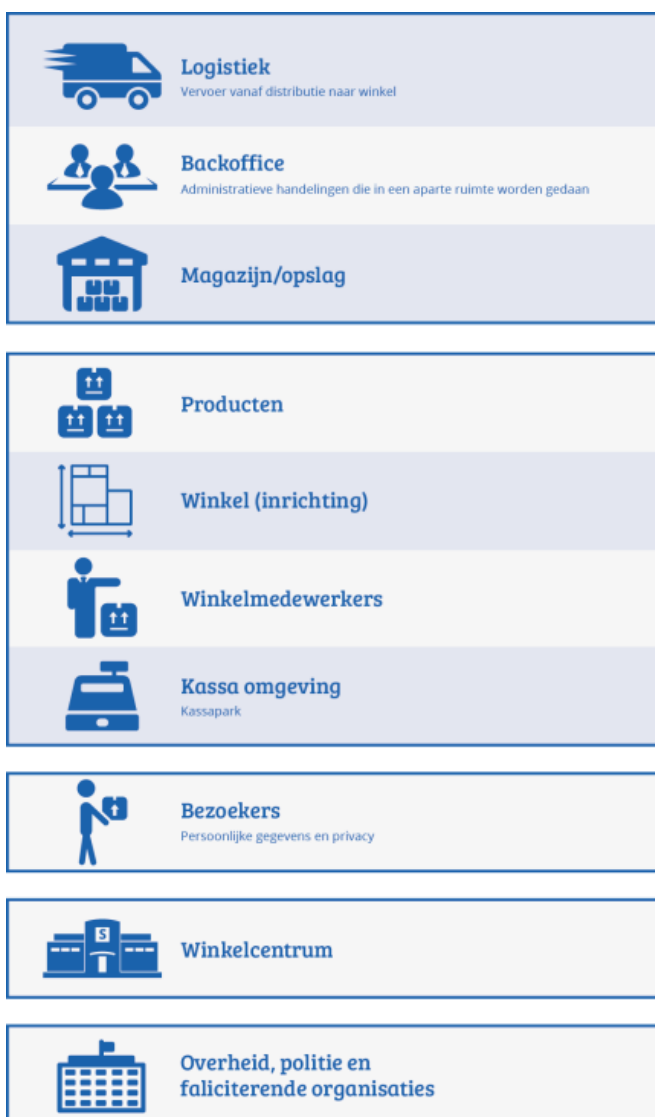
Prepare for a secure future

De consument van de toekomst winkelt nog steeds graag in de fysieke winkel. Onder invloed van demografische en technologische ontwikkelingen zal de behoefte aan winkelmeters afnemen maar de winkel zal zeker niet verdwijnen. 97% van de consumenten is ervan overtuigd dat de winkel in de winkelstraat over 10 jaar nog bestaat. 89% geeft daarbij aan dat dit wel in een aangepaste vorm zal zijn. De hoofdvraag is hoe de fysieke winkelomgeving van de toekomst eruit komt te zien. Samen met mede initiatiefnemer Gemeente Den Haag en een grote diversiteit aan partners is Q&A Research & Consultancy het afgelopen jaar de uitdaging aangegaan dit te onderzoeken in "Store of the Future", hét retail innovatie lab van Nederland.

In samenwerking met partners G4S, Checkpoint, Klépierre en enkele toonaangevende retailers is specifiek stilgestaan bij het thema veiligheid. Alle betrokkenen zijn van mening dat de winkel in 2030 per definitie een omgeving is die veilig is en waarin ondanks technologische ontwikkelingen zoals 3D printing, robots en mobiel betalen nog steeds het beveiligen van bezoekers, winkelmedewerkers, producten en afrekenpunten centraal staat. Op basis van het thema veiligheid wordt een visie gegeven op de beveiliging van de fysieke winkelomgeving van de toekomst en maatregelen die stakeholders gericht kunnen nemen om moedwillig menselijk handelen om het bedrijfsproces te verstoren, zoals sabotage en diefstal, te voorkomen. Prepare for a secure future!

Een integrale visie is noodzakelijk

Als gevolg van derving loopt de Nederlandse retail volgens de Global Retail Theft Barometer jaarlijks meer dan één miljard euro aan inkomsten mis. Sectoren die het meest te lijden hebben onder winkelcriminaliteit zijn elektronica, drogisterijen en grootwarenhuizen. 73% van de derving is toe te schrijven aan winkeldiefstal. 12% heeft betrekking op administratieve fouten, 14% betreft diefstal door winkelmedewerkers en 1% betreft leveranciersfraude. Dit toont aan dat het voor het beveiligen van winkels en het voorkomen van derving van belang is zowel de logistieke keten als de winkelvloer in ogenschouw te nemen. Daarnaast dienen ook het winkelcentrum en de stakeholders die daar invloed op uitoefenen in ogenschouw genomen te worden omdat de keuzes die daar gemaakt worden ook impact hebben op de beveiliging van de fysieke winkelomgeving. In de toekomst betekent dit dat retailers, vastgoedpartijen, overheid, politie en faciliterende organisaties veel vaker dan nu het gesprek met elkaar aan zullen gaan om een veilige winkelomgeving waar te kunnen maken en in te kunnen spelen op de belangrijkste trends en ontwikkelingen die daar impact op hebben.



Polarisatie in traffic en oppervlakte zorgt voor nieuwe uitdagingen

Onder invloed van het gebruik van internet als oriëntatie- en verkoopkanaal daalt het aantal bezoekers van winkels en winkelgebieden. Demografische ontwikkelingen zoals urbanisatie en vergrijzing zullen richting 2030 resulteren in enorme verschillen in traffic van winkelgebieden. Waar het nu al druk is wordt het nog drukker en waar het nu al rustig is wordt het nog rustiger. Verder zullen openingstijden van winkels veranderen waardoor er in sommige winkels en gebieden meer spreiding zal zijn van bezoekers en in andere winkels en winkelgebieden juist meer concentratie. Dit resulteert onherroepelijk in minder sociaal toezicht in de daluren en enorme drukte in de piekuren die beide om hun eigen oplossingen vragen op het gebied van beveiliging. Camera's zullen steeds meer ingezet worden om het gedrag van klanten en winkelmedewerkers te scannen en afwijkend gedrag op te vangen. Retailers zullen op dit gebied ook steeds meer de samenwerking zoeken en elkaar informeren. Retailers zullen repressieve maatregelen in hun winkelconcepten doorvoeren en investeren in winkels die overzichtelijk zijn en bijvoorbeeld met slimme verlichting die mee gaat met bezoekers en ervoor zorgt dat er licht is daar waar bezoekers zijn. Verder worden winkels en winkelgebieden steeds meer uitgerust met poortjes en scanners die registreren wie er aanwezig zijn.



Robots en camera's zijn in 2030 het toezien oog

Winkeldiefstal is van alle tijden en zal in 2030 niet verdwenen zijn. De winkelmedewerker als toezien oog die de bezoeker aanspreekt speelt een belangrijke rol bij het herkennen en bestrijden hiervan. In de toekomst zullen steeds minder ogen zich bezighouden met de bestrijding van winkeldiefstal. Enerzijds doordat retailers winkelmedewerkers wegsaneren en anderzijds doordat de winkelmedewerkers die er zijn zich volledig willen kunnen focussen op het bedienen van de klant. In beide situaties geldt dat het risico bewust toeneemt en dat een belangrijke rol is weggelegd voor technologie om winkeldiefstal te voorkomen. Camera's en eventueel robots zullen steeds meer het toezien oog van de retail zijn en houden klanten en winkelmedewerkers goed in de gaten. Winkelmedewerkers zijn via hun smartphone altijd verbonden met hun digitale collega's en het centrale dashboard van de winkel en het winkelgebied en ontvangen meldingen van verdachte situaties en personen en kunnen daar direct naar handelen.

De traditionele beveiliging wordt een host

Retailers moeten een bewuste keuze maken tussen het zelf opleiden en trainen van winkelmedewerkers bij het herkennen en bestrijden van winkeldiefstal of het outsourcen van deze verantwoordelijkheid aan partners die daar goed in zijn. Winkels maken nu al vaak gebruik van professionele waardetransporten gecombineerd met een kluisstelsel en soms van winkelbeveiligers. In de toekomst is het zeer aannemelijk dat retailers het volledige veiligheidsaspect uitbesteden. De winkelbeveiliging 2.0 organiseert en beheert de volledige geldstroom, functioneert als host, faciliteert de betaalhandeling en is verantwoordelijk voor de beveiliging van de winkel en het herkennen en bestrijden van winkeldiefstal. Beveiliging en beveiligingsmedewerkers zullen zo steeds meer opgaan in de shopping experience en geen drempel vormen voor consumenten om winkels binnen te gaan.



Screening van winkelmedewerkers blijft een must

Voor retailers die ervoor kiezen beveiliging in eigen beheer te houden is een goede screening bij het aannemen van winkelmedewerkers essentieel om interne fraude te voorkomen. Een actueel waarschuwingsregister waarbij alle retailers zijn aangesloten zal in de toekomst ervoor zorgen dat fraudeurs tijdens de sollicitatieprocedure herkend worden en zo niet op de winkelvloer terecht komen.

Gamification in training van winkelmedewerkers

Voor winkelmedewerkers is het belangrijk dat ze continu alert zijn en zich veilig voelen binnen de omgeving waarin ze werken. Door middel van nieuwe vormen van training en opleiding kan dit gerealiseerd worden. In de toekomst worden winkelmedewerkers bijvoorbeeld virtueel getraind op basis van gamification waarbij het om het creëren van veiligheidsbewustheid draait en het passend kunnen reageren op bepaalde situaties. Winkelmedewerkers spelen in een virtuele wereld een spel tegen een virtueel persoon en krijgen door het halen van levels nieuwe leerdoelen. Door deze vorm kan al het winkelpersoneel continu getraind worden, ook de parttimers. In de toekomst zal het daarbij ook mogelijk zijn om stemgebruik, intonatie en gezichtsuitdrukking mee te nemen.

Beveiliging van producten en identificatie versmelten met elkaar

Minder voorraad betekent minder kans op derving. Daarom zijn ontwikkelingen zoals omnichannel retailing, personaliseren van producten en 3D-printen goed nieuws voor het bestrijden van winkeldiefstal omdat een gemiddelde winkel in 2030 hierdoor met minder of zelfs geen voorraad toe kan. Indien winkels in 2030 volledig als showrooms fungeren waar enkel producten besteld kunnen worden, is een assortiment met enkel showmodellen voldoende. Ondanks deze ontwikkelingen is het uitgangspunt voorsnog dat er altijd sectoren of artikelgroepen zijn waarvoor lokaal aanwezige voorraad belangrijk is. De uitdaging naar de toekomst toe is om met zo weinig mogelijk lokale voorraad zo veel mogelijk omzet te kunnen behalen in combinatie met een zo laag mogelijke derving. Dat betekent dat er bij retailers bij de bestrijding van winkeldiefstal óók een belangrijke rol is weggelegd voor de inkoop- en verkoopafdeling. Indien zij in staat zijn voorraden te verlagen door bijvoorbeeld te werken met verpakkingen met minder stuks, dan heeft dit een positieve impact op de derving.

Voor het beveiligen van artikelen zullen traditionele beveiligingstechnieken zoals RFID in de toekomst bredere toepassingsmogelijkheden krijgen waarbij de functie naast beveiliging steeds meer verschuift naar productherkenning. In de totale keten levert dit toegevoegde waarde op doordat retailers van productie tot een product dat eigendom is van de klant, en wellicht ook nog daarna, optimaal inzicht heeft in de status van producten. Zo zullen administratieve fouten als oorzaak van derving ook steeds meer beperkt worden. Daarnaast zullen identificatietechnieken een belangrijke rol gaan vervullen in het verkoopproces zoals bij het alles in één keer afrekenen, het identificeren van versproducten die verlopen zijn, de klant actueel inzicht bieden in het lokaal aanwezige assortiment en het kunnen volgen van de weg die producten afleggen in de winkels. De mate waarin dergelijke toepassingen in 2030 op grote schaal toegepast worden, zal in grote mate afhangen van de investeringen die daarmee gemoeid gaan voor retailers en fabrikanten.

Cash betalen neemt af maar verdwijnt niet

Retail is en blijft een omgeving waar transacties plaatsvinden, op welke manier dan ook. Algemeen en specifiek met betrekking tot betaling is technologie een levend document. Ontwikkelingen volgen elkaar in een hoog tempo op. Ondanks de opmars van non-cash betalingen stijgt de hoeveelheid cash die in omloop is nog steeds. Deze groei zal wel afvlakken. Elektronische betaalvormen met pasjes of telefoon krijgen steeds meer de overhand in landen waar dit gestimuleerd en gefaciliteerd wordt. Toch zal cash niet geheel verdwijnen, omdat contant geld een aantal kenmerken heeft die niet eenvoudig te vervangen zijn. Het gaat dan met name om de anonimiteit van betalingen die met cash geld verricht worden, de mogelijkheid tot eenvoudige budgetbewaking en cash als 'fall back' scenario in het geval dat systemen het laten afweten. Klanten waarderen deze kenmerken (Bron: G4S Cash Report Europe 2016).

Investeren in een betere afrekenexperience

De kassa omgeving en in het bijzonder de lange wachtrijen bij kassa's, vormen een belangrijke ergernis voor consumenten. Daarom blijven retailers investeren in een betere afrekenexperience en het terugdringen van wachttijden en –rijen. Retailers, Primark bijvoorbeeld, kiezen bewust voor een kassa omgeving met veel afrekenpunten en één wachtrij om overzicht te bewaren. Op lange termijn zullen retailers vooral gaan investeren in oplossingen waarbij rechtstreeks bij de winkelmedewerker afgerekend wordt of in een omgeving waar de klant alles zelf doet zoals in supermarkten of bij Decathlon. Het zal een omgeving zijn waar alle betaalmiddelen geaccepteerd worden van cash en bankpas, tot bitcoins, smartphones of biometrische kenmerken van de klant. De eerste biometrische apps zijn al op de markt waar 1U een goed voorbeeld van is. Maatschappelijk gezien zal cash niet verdwijnen maar richting 2030 zal een toenemend aantal retailers cash als betaalmogelijkheid niet meer faciliteren. Retailers die dat wel doen zullen het in ontvangst nemen van cash steeds meer automatiseren. De klant kan bijvoorbeeld nu al bij sommige retailers muntgeld bij de kassa in een automaat deponeren die automatisch het wisselgeld uitgeeft. Dit zijn gesloten systemen, waarbij het personeel geen toegang heeft tot de waarde van de automaat en de veiligheid gewaarborgd is. Dat kan ook voor papiergeld. Er zijn al kluisen op de markt die het geld tellen, controleren op echtheid, registreren en dagelijks bijschrijven op de rekening. De ondernemer heeft geen eigen handeling aan het geld en heeft direct inzicht in de contante geldstroom. Het risico ligt vanaf het moment van ontvangst al bij de waarde transporteur, die de kluis komt legen als dat nodig is. Een greep in de kassa is niet meer mogelijk, zowel niet van het personeel als van criminelen.

Ontwikkelingen op gebied van digitale herkenning & privacywetgeving bepalen de toekomst

Op basis van de geschetste ontwikkelingen wordt de fysieke winkel een minder aantrekkelijke omgeving voor criminaliteit. Winkelcriminaliteit zal in 2030 echter niet verdwenen zijn en retailers zullen er alles aan doen om dieven te herkennen en diefstal te voorkomen. Technologieën zoals gezichtsherkenning en de mogelijkheden die smartphones bieden om personen te herkennen zullen daarbij een steeds prominentere rol spelen. Regelgeving op het gebied van privacy zal bepalend zijn voor wat op dit gebied wel en niet wordt toegestaan en kan eventueel een barrière vormen voor het bereiken van een volledig veilige winkelomgeving. Digitale herkenning is de toekomst maar dat heeft betrekking op privacygevoelige informatie. Daarom lijkt een database voor de retail op basis van gezichtsherkenning of herkenning van smartphones vooralsnog ver weg en blijft training van medewerkers zeer belangrijk voor het vaststellen van ongewenst gedrag en het voorkomen van diefstal. Verder zullen retailers blijven investeren in andere vormen van klantherkenning, zoals registratie voor loyaliteitsprogramma's om klanten uit de anonimiteit te halen. Daarnaast zullen retailers onderling steeds meer kennis over bijvoorbeeld risicovolle klanten met elkaar uitwisselen via digitale platformen (zoals BusinessPark360).

Multidisciplinaire dashboards en platformen

Multidisciplinaire camera's zullen aan de basis staan van toekomstige dashboards die real time de beveiligings-, veiligheids-, voorraad- en commerciële status aangeven. Camera's die retailers en vastgoedeigenaren ondersteunen bij het analyseren van traffic, bezoekersstromen en looproutes en het in kaart brengen van de voorraadposities van retailers. Er zullen daarbij platformen ontwikkeld worden op basis van sensoren en videotechnologie die aangeven of er verdachte personen, incidenten of risicovolle situaties zijn en waarop retailers, winkelcentrumeigenaren, parkeergarages en de politie zijn aangesloten. Informatie delen is voor iedereen de basisvoorwaarde om informatie te krijgen. De totstandkoming van een dergelijk platform hangt in grote mate af van de mate waarin stakeholders bereid zijn samen te werken en de mate waarin verschillende systemen in staat zijn informatie met elkaar uit te wisselen.

Samenwerking vormt de basis voor een veilige winkelomgeving

Alle betrokken stakeholders hebben belang bij een veilige winkelomgeving. Retailers zullen het voortouw moeten nemen in de totstandkoming van de benodigde open dashboards omdat hun belangen het grootst zijn. Retailers zullen onderling meer moeten samenwerken en daarnaast de samenwerking moeten zoeken met winkelcentrumeigenaren. Voor retailers is een veilig winkelcentrum en openbaar gebied in de toekomst een basisvoorwaarde om een goed beveiligde winkelomgeving te kunnen creëren waar het prettig is om te werken en te verblijven. Dat betekent dat de eisen richting winkelcentrumeigenaren strenger zullen worden. Winkelcentrumeigenaren beseffen dit en zullen naast de beveiliging van het winkelcentrum ook steeds vaker de beveiliging van winkels zelf faciliteren. Het Keurmerk Veilig Ondernemen zal bijvoorbeeld collectief geregeld worden waarbij het winkelcentrum dit aanbiedt aan de huurders en het vervolgens regelt met hun partners.

Together we are prepared for a secure future.



Store of the Future

Prepare for a secure future

Achtergrondinformatie

De whitepaper "Prepare for a secure future" is een initiatief van Store of the Future en is tot stand gekomen in samenwerking met partners **G4S**, **Checkpoint**, **Klépierre** en enkele toonaangevende retailers die een zeer waardevolle bijdrage hebben geleverd. Mocht u meer informatie willen of vragen hebben dan kunt u contact opnemen met Q&A Research & Consultancy via info@storeofthefuture.nl of 033-2454637.