

'Winkelier ligt wakker van veiligheid personeel en klant'

25-06-2021 14:00



Voor winkeliers heeft het onderwerp beveiliging een nieuwe betekenis gekregen. Werd er eerder vooral gekeken naar de plaatsing van technologie ter voorkoming van diefstal, inmiddels krijgt ook het gevoel van veiligheid onder personeel en klanten de hoogste prioriteit. Dit blijkt uit de landelijke Retail Security Benchmark 2021, een onderzoek van onafhankelijk onderzoeksbureau Markteffect in samenwerking met Trigion.

Mede door de coronacrisis en de daaropvolgende overheidsmaatregelen, krijgt veilig winkelen een andere lading. Behalve dat retailers ineens verantwoordelijk zijn voor zaken zoals voldoende onderlinge afstand en extra hygiëne, zijn ook de risico's veranderd. Issues vinden namelijk niet langer uitsluitend plaats bij de klantenservice. Die zijn deels verschoven naar de entree waar het deurbeleid er nog geregeld voor zorgt dat een beveiliging moet bijspringen.

Deze en veel andere resultaten komen naar voren in de Retail Security Benchmark. Het achterliggende onderzoek dat via RetailTrends onder ruim 30 duizend professionals werd uitgezet, maakt duidelijk dat 55 procent van de Nederlandse winkeliers zich op dit moment al veilig voelt. Nog eens twintig procent voelt zich zelfs zeer veilig. Toch zegt driekwart beveiliging een (zeer) belangrijk speerpunt te vinden in het toekomstige winkelbeleid. Zij verwachten hierin extra te investeren. Waar liggen retailers van wakker en wat betekent dit voor de markt?

Onderzoek: risico's en impact

Gevraagd naar de grootste risico's, noemen respondenten met name diefstal tijdens openingstijden en bendes die georganiseerd te werk gaan - het zogeheten mobiel banditisme. Bijna de helft van de ondervraagden (49 procent) vindt de kans dat kwaadwillenden producten ontfreemden groot tot zeer groot. Nog eens een kwart (26 procent) noemt ook de variant waarbij bendes georganiseerd en structureel te werk gaan. Daarnaast vindt een op de vier het gevaar van verbaal geweld of agressie richting personeel en klanten groot. De kans op shouldering, waarbij iemand tijdens een pinbetaling meekijkt, vindt men daarentegen het kleinst.

Hoewel omzetsderving natuurlijk vervelend is, laten de onderzoeksdata echter zien dat de impact van andere ongewenste activiteiten als veel groter wordt ervaren. Alle ondervraagden noemen de gevolgen van fysiek geweld (zeer) groot. Hetzelfde geldt voor verbale agressie tegen medewerkers of klanten (82 procent). Ook de effecten van social engineering zijn niet gering. Deze vorm van personeelsmisleiding om bijvoorbeeld belangrijke gegevens te ontfutselen, staat hoog in de rangschikking en richt wanneer het zich voordoet veel schade aan.

Inspelen op veiligheidsgevoel

De cijfers laten zeer goed zien hoe winkeliers gestaag hun aandacht verleggen. Ruim acht op de tien retailers zetten op dit moment al technologie in en beveiligen met camera's, alarmsystemen en toegangs- en detectiepoortjes de winkellocatie(s). Nog eens 28 procent werkt met beveiligers.

De reden deze beveiligingsmaatregelen in te zetten gaat veel verder dan de bescherming van eigendommen alleen. Het veiligheidsgevoel van de eigen medewerkers en klanten is verreweg de belangrijkste zorg die winkeliers hebben. Eigendommen, producten, geld en informatie volgen op enige afstand. De onderzoekers zien een vergelijkbare ontwikkeling terug in het investeringsbeleid: net iets meer dan de helft van de winkeliers geeft aan hoofdzakelijk maatregelen te nemen om personeel een veilige omgeving te kunnen bieden. Verbeteringen worden dus ook hoofdzakelijk met het oog op die veilige werk- en winkelomgeving gemaakt.

Wat zich afgelopen jaren al hier en daar voordeed, is volgens Zygmunt Kowalski in een stroomversnelling geraakt. Als directeur mobiele surveillance en retail bij Trigion ziet hij in de praktijk dat retailers steeds vaker in moeten spelen op de perceptie. "Beveiliging gaat van oudsher over allerlei maatregelen tegen kwaadwillenden, maar de aanwezigheid van een beveiligers naast de caissière wordt minstens zo belangrijk voor het veiligheidsgevoel." Als voorbeeld geeft hij het toenemende aantal winkeliers dat zich met een klantbeleving wil onderscheiden. "Een zichtbare beveiligers die surveilleert en het gesprek aangaat met klanten, draagt niet alleen bij aan dat gevoel, het verhoogt ook het serviceniveau richting consumenten."

Samenhang in maatregelen

De les die bedrijven uit deze eerste Retail Security Benchmark kunnen trekken is om meer samenhang aan te brengen in de maatregelen. Wie te maken krijgt met het groeiende probleem van mobiel banditisme kan geneigd zijn te denken aan toegangscontremiddelen of detectiepoortjes om ervoor te zorgen dat spullen worden betaald. Kowalski noemt het echter minstens zo belangrijk om mensen uit de anonimiteit te halen. "Door bendeleden actief aan te spreken of ongewenst gedrag eerder te signaleren vang je veel af. Wanneer daarnaast de meest risicovolle artikelen strategisch in de winkel worden geplaatst, versterken alle maatregelen elkaar. Geen of-of, maar en-en dus."

Organisaties met een gedegen strategie besteden dan ook nadrukkelijk aandacht aan het personeel. Om te voorkomen dat criminelen door middel van social engineeringstechnieken toegang krijgen tot de kassasystemen, blijft het uiteraard noodzakelijk technische maatregelen te nemen. "Maar", voegt Kowalski eraan toe, "Het gaat er ook om de juiste procedures in te richten. Daarmee wordt voorkomen dat medewerkers onnodig toegang hebben tot kritieke software. Het is steeds belangrijker op allerlei variabelen te letten, dat

wordt nogal eens over het hoofd gezien.”

Retailers en securityspecialisten zullen daarom nog nauwer met elkaar samenwerken. Het onderzoek laat goed zien dat de veiligheid van personeel en klanten afgelopen jaar nog hoger op de agenda is geplaatst. En hoewel winkeliers doorgaans geneigd zijn meteen naar een voor de hand liggende oplossing als een extra beveiligingscamera of detectiepoortje te grijpen, pelt Kowalski liever de vraag af. “Wat zijn nu eigenlijk de risico’s en met welke maatregelen samen zijn het doeltreffendst? Nu arbeid schaarser wordt en technologie steeds slimmer, is het belangrijk te zoeken naar meest effectieve combinaties.”

Nieuwsgierig naar de Retail Security Benchmark 2021? [Klik dan hier](#).

Yoshi Tuk, namens Trigion