De jacht op kinderkledij, scheermesjes en biefstukken: de inflatie doet de winkeldiefstallen pieken

België wordt almaar veiliger, maar één hardnekkige plaag raakt niet uitgeroeid: die van de winkeldiefstallen. De gestegen levensduurte verleidt elk jaar tienduizenden Belgen om weleens een pot Nutella of een flesje parfum uit de winkelrekken te graaien. Omdat dieven bestaan in alle vormen en maten - ook uw gepensioneerde buurvrouw is verdacht - zetten de handelaars de grote middelen in: van slimme beveiligingscamera's en artificiële intelligentie tot privédetectives. Een dure oorlog, die ook de consument op kosten jaagt.

Voor het complete artikel:

Spanje voert de rangschikking aan in het lijstje van Europese landen die het favoriete doelwit vormen van winkeldieven, ons land prijkt op de tweede plaats. De Belgische handelaren lopen jaarlijks bijna 2 procent van hun omzet mis als gevolg van winkelcriminaliteit. De daders slaan het liefst toe in supermarkten (ruim 400 miljoen euro verlies per jaar), gevolgd door winkelcentra en kledingzaken (50 miljoen euro). De winkeliers rekenen die verliezen noodgedwongen door in de prijzen van hun producten. Dat kost u, als brave klant, 119 euro per jaar.

Isaac De Coster (expert winkelveiligheid bij handelsfederatie Comeos): De Belgische winkels kampen al vele jaren met hoge diefstalcijfers, en sinds de coronapandemie is het aantal incidenten nog eens met 15 procent gestegen. Dat had eerst te maken met de opkomst van mondmaskers, die de klanten anoniemer maakten, en vervolgens met de financiële problemen die de pandemie veroorzaakte. Na de coronacrisis is het aantal winkeldiefstallen nooit meer teruggekeerd naar het oude niveau. Wellicht heeft de gestegen levensduurte daar iets mee te maken.

HUMO: Wat stelen de dieven vooral?

DE COSTER: Alles wat klein, duur en snel te verkopen is op de zwarte markt. De Grote Drie zijn alcohol, tabak en dure zelfverzorgingsproducten, zoals Gillette-scheermesjes en parfums.

KRIS BONNE (zelfstandig Delhaize-uitbater): Professionele dieven stelen om hun portemonnee te vullen, niet hun maag. Enkele jaren geleden hebben inbrekers 's nachts de achterkant van onze metalen sigarettenkast opengebroken, om alle tabak te stelen. De rest van de winkel interesseerde hen niet.

LARS VANHOORDE (winkeldetective bij T&D Security): Tablets, smartphones en pc's blijven om dezelfde reden heel populair.

LIEVEN HAUSPIE (expert winkelbeveiling bij GDW Security): Ook fietswinkels zijn een belangrijk doelwit geworden.

HUMO: Vanwege de stijgende populariteit van elektrische fietsen?

HAUSPIE: Niet echt, want die zijn traceerbaar. Criminele bendes zijn vooral op zoek naar dure racefietsen: de wielen en het carbon frame maken dat één fiets algauw 10.000 euro waard is.

VANHOORDE: De gelegenheidsdieven zijn dan weer uit op kledij voor hun kroost. Schoenen, jasjes, broekjes ... Veel dieven vullen een kinderrugzak uit de winkel met kledingstukken, in de hoop dat de kassier alleen de rugzak scant. Ook de luxegoederen in kledingwinkels blijven populair, zoals leren jassen ter waarde van honderden euro's.

HAUSPIE: Door de gestegen levensduurte wordt de laatste tijd ook meer voeding gestolen.

TOM SYMONS (zaakvoerder Profit Protection Services en iRetailCheck): Vlees en vis zijn de favorieten in de versafdeling.

VANHOORDE: Ik heb ooit meegemaakt dat een klant zonder gêne een complete maaltijd nuttigde in de supermarkt. Hij kraakte een fles wijn en belegde een sandwich. Daarna zei hij: 'Arresteer me maar. Ik had honger en ik heb toch geen geld of papieren.'

BONNE: De mensen die uit wanhoop stelen, voor zichzelf, doen zelfs geen moeite om de duurdere producten mee te nemen. Ze stelen de goedkope wodka van het huismerk, omdat ze die kennen.

DE COSTER: Maar klanten stelen zelden omdat ze honger hebben. Veel middenklassers waren gewend aan een bepaalde levensstandaard, maar nu de prijzen zijn gestegen, moeten ze tevreden zijn met goedkope wijn in plaats van champagne. Daarom beginnen ze dure flessen of chateaubriands te stelen.

VANHOORDE: Of een pot Nutella, want het witte merk is niet goed genoeg. Dat zagen we vroeger minder. Zeker tijdens de feestdagen zijn er veel gelegenheidsdieven actief. Mensen die het niet breed hebben, willen iets speciaals cadeau doen aan hun familie. Omdat het winkelpersoneel in die periode vaak overbelast is, wordt het bovendien eenvoudiger om iets te stelen.

HUMO: Wat is het profiel van de typische winkeldief?

DE COSTER: Dé winkeldief bestaat niet. Het kunnen professionele dieven zijn die met militaire precisie te werk gaan, maar net zo goed gewiekste buurtbewoners die impulsief hun kans wagen. Bijna iedereen is in staat om te stelen. In één van onze filialen betrapte het personeel een advocaat: 'Bel gerust de politie,' zei hij, 'er komt toch niemand.'

JAN DE WILDER (directeur GDW Security): Eind september nam een schepen in Deinze ontslag nadat ze enkele speldjes en een plantje had meegegrist uit twee winkels.

LEVENDE KAPSTOK

HUMO: In de detailhandel begroeten de personeelsleden de klanten vaak wanneer ze binnenkomen. Dat neemt de anonimiteit gedeeltelijk weg, waardoor mensen minder geneigd zijn te stelen.

BONNE: Toch hebben we al heel wat vaste klanten betrapt op stelen. Ze kijken je recht in de ogen terwijl er gestolen goederen in hun zakken zitten. Dat doet pijn aan het hart.

HUMO: Hoe herken je een winkeldief?

BONNE: Sommigen komen voorbereid naar de winkel. Eén van mijn winkels kreeg bijna elke dag bezoek van een gepensioneerd vrouwtje uit de buurt, die steevast zo'n typische trolley voor oudere dames achter zich aan sleurde. Ze was altijd heel vriendelijk, tot we ontdekten dat ze een handvol pilsjes had verstopt in haar trolley. Ze gaf toe dat ze dat al maandenlang deed: in totaal heeft ze dus honderden biertjes ontvreemd. Ze kon die paar euro's per dag anders best missen, ze woonde in een eigen huis om de hoek. Volgens mij deed ze het voor de kick: het was haar één keer gelukt, waarom zou ze het niet elke dag proberen?

Ik waarschuw mijn personeel ook voor klanten met lege kinderwagens. Sommige buggy's hebben verborgen compartimenten, zelfs dubbele bodems.

HUMO: Hoe gedraagt een dief zich in de winkel?

VANHOORDE: Een dief is als de dood voor pottenkijkers. Als een medewerker in de buurt komt, kunnen ze niet snel genoeg weg zijn. Zelfs doorgewinterde dieven raken gestrest tijdens het stelen. Ze kijken nerveus om zich heen om er zeker van te zijn dat niemand hen in de gaten heeft. En dan is er nog dé gouden regel: de handen verraden de dief. Wie een product te lang vasthoudt, het tussen zijn vingers laat dansen, het uit de schappen haalt en weer teruglegt, is altijd verdacht. Een klant die geen kwaad in de zin heeft, wordt zelden zo nerveus tijdens het winkelen.

BONNE: Vaak zie je dieven lang rondhangen in de buurt van de producten die ze willen stelen. In ons geval: bij de champagne en de sterkedrank. Als we dat opmerken, vragen we of ze hulp nodig hebben. Maar we hebben niet altijd voldoende personeel om verdacht gedrag in de gaten te houden. Als door de intercom schalt dat er extra personeel nodig is bij de kassa, weten dieven dat de kust veilig is en slaan ze toe.

DE WILDER: Professionele bendes werken vaak in groep, met een afleider die de aandacht van het personeel trekt, zodat zijn kompanen ongestoord hun gang kunnen gaan. In kledingwinkels vragen de afleiders bijvoorbeeld of een bepaald kledingstuk ook beschikbaar is een andere maat. Het personeelslid gaat een kijkje nemen in het magazijn, en ondertussen kan iemand anders ongestoord beveiligingstags verwijderen in het pashokje.

VANHOORDE: Meestal zijn ze met z'n vijven of zessen. En één keer betrapt worden is geen probleem: het hoort soms zelfs bij de strategie.

HUMO: Hoezo?

VANHOORDE: Het eerste groepslid steelt zo opvallend mogelijk: hij steekt een product ostentatief in z'n zakken, op een plek waar iedereen het kan zien. Gewoonlijk schaduwt een winkelinspecteur of een personeelslid die 'klant' dan tot voorbij de kassa, want pas dan is er

sprake van diefstal. Een ander bendelid houdt zijn kompaan in de gaten om te zien of hij wordt gevolgd: als dat het geval is, kunnen de anderen rustig hun gang gaan aan de andere kant van de winkel. Zakken vol en wegwezen.

HUMO: Het is een kat- en-muisspel?

VANHOORDE: Zeker. Zodra ik word gevolgd - en dat gebeurt vaak - weet ik dat er een bende actief is. Maar ik mag niet laten merken dat ik iets in de smiezen heb, want dan alarmeer ik de rest van de bende (lacht). Ik licht het winkelpersoneel of andere veiligheidsmedewerkers discreet in, zodat we samen de anderen kunnen betrappen. De leden van zo'n bende zijn perfect op elkaar ingespeeld: in m'n eentje red ik het nooit.

HUMO: Zetten de bendes ook kinderen in?

VANHOORDE: Zeker in Brussel zijn dieven van 10 of 11 jaar geen uitzondering. Minderjarigen lopen minder risico op vervolging en ze kunnen rekenen op meer tolerantie van de winkeliers. Ik heb ooit een 5-jarig kindje betrapt: het arme ding had natuurlijk geen flauw benul van wat er gebeurde. De dieven gebruikten het kind als levende kapstok, ze hadden een massa producten verstopt onder z'n kleertjes.

De meeste bendeleiders zijn wel meerderjarig. Naar hén zijn we op zoek: hoe meer leden je te pakken krijgt, hoe meer druk de politie kan zetten om de namen van de kopstukken los te weken.

HUMO: Wat doet zo'n kopstuk?

VANHOORDE: Die persoon is aanwezig in de winkel, maar steelt zelf niets. Ze zijn constant aan het bellen, ze coördineren de diefstal en verdelen de buit. Dat maakt het zo lastig voor de winkelinspecteurs: aangezien ze niets stelen, kunnen we hun niets maken.

HUMO: Hebben professionele dieven nog andere strategieën?

VANHOORDE: In elektronicawinkels zijn de verpakkingen van laptops en tablets voorzien van turtle tags, dikke zwarte doppen met alarmkabels. Als je die tag losmaakt, begint het alarm te loeien. Sommige dieven laten die alarmen bewust meerdere keren afgaan, zodat het personeel gefrustreerd raakt, of denkt dat de systemen niet goed werken. Zodra een medewerker de tag verwijdert, gaat de dief met het toestel aan de haal.

BIEFSTUKJAS

HUMO: Wordt u buiten de werkuren, wanneer u zelf winkelt, weleens aangesproken door een andere winkelinspecteur?

VANHOORDE: Dat gebeurt weleens. 'U houdt mij duidelijk in de gaten,' zeggen ze dan. 'Waarom gedraagt u zich zo verdacht?' Dan antwoord ik: 'Omdat ik meteen heb gezien dat u hier de winkelinspecteur bent. En trouwens, de persoon rechts van ons is wél aan het stelen. Beter opletten!' (lacht) We helpen elkaar altijd, zelfs als we voor verschillende bedrijven

werken. Op een normale manier een winkel bezoeken, dat kan ik niet meer: het is zuivere beroepsmisvorming. Daarom wil mijn vriendin niet meer met me gaan winkelen - dat is dan weer een voordeel!

HUMO: Een winkelinspecteur vertelde ooit aan Humo dat dieven soms spontaan solliciteren nadat ze werden gevat.

VANHOORDE: Ja, dat maak je inderdaad mee. 'Winkelinspecteur, dát lijkt me wel een leuke baan. En ik heb ervaring in de branche! Waar kan ik solliciteren?' (lacht) Tot nu toe heeft nog geen enkele ex-dief bij ons een baan gekregen. Onze screenings zijn heel streng.

HUMO: Als de dieven erin slagen het winkelpersoneel af te leiden, moeten ze hun buit nog naar buiten krijgen.

SYMONS: Dat is de volgende horde. Multimedia- en kledingzaken gebruiken zichtbare en onzichtbare tags, labels en chips om hun producten te beveiligen. Supermarkten doen dat nu ook: vooral sterkedrank, cosmetica, vis en vlees worden beschermd.

BONNE: Sommige dieven nemen magneten mee naar de winkel, want daarmee kun je beveiligingstags ontgrendelen.

VANHOORDE: Ik kan niet op één hand tellen hoeveel mensen ik al betrapt heb met jóékels van magneten.

SYMONS: Vandaag kunnen dieven hun speeltjes zomaar online kopen. Het is een soort wapenwedloop geworden.

HUMO: Hoe reageren jullie op die gadgets van dieven?

SYMONS: Er is maar één oplossing: de beveiligingstags nog sterker maken. Tegenwoordig moet je al een magneet van vier kilogram op zak hebben om onze modernste tags te omzeilen. De Kringwinkel in Antwerpen gebruikt die tags nu ook, vindt u dat niet schrijnend? Een T-shirt kost er nog geen halve euro, maar zelfs daar hadden ze een groot diefstalprobleem.

Sommige dieven wikkelen hun buit in aluminiumfolie, omdat de traditionele alarmpoortjes aan de uitgang de goederen dan doorgaans niet kunnen detecteren. Er bestaan zelfs speciale tassen, volledig bekleed met aluminiumfolie, waarin de dieven allerhande beveiligde producten stoppen.

HUMO: Is het echt zo eenvoudig?

SYMONS: In België wel, ja. Hoewel ons land in de jaren 90 een pionier was met alarmpoortjes aan de uitgangen van winkels, zijn de systemen nu hopeloos verouderd. De moderne poortjes, die zich niet laten verschalken door het aluminiumtrucje, worden al in veel landen gebruikt, maar in België durven de meeste retailwinkels niet meer te investeren: door de kleine winstmarges staat het water hun tot de lippen.

Bovendien staan veel poortjes in ons land simpelweg niet áán. Soms trekt de schoonmaakploeg 's avonds de stekker uit om te kunnen poetsen, en niemand denkt eraan om de poortjes weer in te pluggen. En dan vragen uitbaters zich af waarom hun systemen zo weinig alarm slaan.

HUMO: Welke spectaculaire strategieën zijn jullie bijgebleven?

HAUSPIE: Ik herinner me hoe een bende, zoals in de films, een opening had gesneden in het dak van één van onze fietswinkels. Zonder zelfs maar een voet in de winkel te zetten, visten ze de dure fietsen op en verdwenen ze als schimmen in de nacht. Het alarm is nooit afgegaan.

Andere nachtelijke dieven dragen een duikpak, waardoor ze niet gedetecteerd worden door alarmsystemen die reageren op warmteverplaatsing. Om dezelfde reden lopen sommige dieven met een geopende paraplu naar een alarmsysteem.

VANHOORDE: Sommige dieven kijken te veel naar misdaadseries. Op een dag kwamen twee mannen onze winkel binnen met uniformen van het elektronicamerk LG: ze lieten me een bestelbon zien en beweerden dat ze een televisie moesten ophalen ter reparatie, omdat er problemen waren met dat model. Het ging om een toestel van bijna 2.000 euro. Ik had een slecht voorgevoel en op de bestelbon stonden heel wat fouten. Een telefoontje naar LG onthulde dat het oplichters waren.

HUMO: De meeste dieven gaan wellicht knulliger te werk.

VANHOORDE: Absoluut. Veel dieven lijken niet te beseffen dat veel gsm's en tablets in elektronicazaken gewoon showmodellen zijn. We betrappen vaak dieven met waardeloze replica's van de nieuwste iPad.

HAUSPIE: Ik herinner me ook een onhandige dief die 's nachts via het dak probeerde in te breken in één van onze winkels. Maar het gebouw had een vals plafond, waar hij niet doorheen raakte. Omdat hij ook niet meer terug naar het dak kon klauteren, zat hij klem. Hij moest uren wachten tot de winkel weer openging, zodat het personeel de hulpdiensten kon bellen om hem te bevrijden.

DE COSTER: Eén van onze winkels had een klant die dure biefstukken verborg in zijn jas. Om het vlees vers te houden had hij koelelementen ingenaaid. Hij liep rond met een biefstukjas! Het personeel heeft hem betrapt omdat hij de jas ook droeg in de zomer: 'Hm, hier klopt iets niet!'

SYMONS: In Brussel beweerde een klant vol overtuiging dat de detectiepoortjes onterecht alarm hadden geslagen. Tot er bloed over zijn wang begon te rollen: hij had een stuk vlees onder zijn pet verstopt.

Mensen verstoppen óveral dingen, tot in hun ondergoed. Zo was er ooit een vrouw die een ambitieuze smokkeloperatie uitvoerde in het kleedhokje van een sportwinkel: met de hulp

van haar moeder wikkelde ze allerlei producten strak tegen haar lijf, en door haar losse kledij had het personeel niets in de gaten. Alleen waren die vrouwen vergeten dat er beveiligingstags bestaan, dus ze werden betrapt aan de detectiepoortjes.

HUMO: Gelukkig verlopen de meeste diefstallen zonder geweld.

DE COSTER: Dieven gebruiken steeds vaker verbaal, of zelfs fysiek geweld. Dat is een zorgwekkende trend.

SYMONS: Het personeel staat er vaak helemaal alleen voor. In Spanje, Italië en Frankrijk staat in bijna elke winkel een beveiligingsmedewerker. In België is dat niet de gewoonte, zelfs niet in de grote supermarkten. Natúúrlijk krijg je zo een diefstalprobleem. Want wie moet ingrijpen als het personeel een dief betrapt? De kassier, de manager, de rekkenvuller? Als ze te maken krijgen met een weerspannige dief, lopen ze het risico een pak slaag te krijgen.

BONNE: Ik heb ooit de fout gemaakt een dronken dief staande te houden, samen met een collega. Die kerel ging helemaal over de rooie en mijn collega kreeg een harde klap in het gezicht. Toen was de politie wél snel ter plaatse.

Ook mijn kassierster Monique kan erover meepraten: zij kreeg een harde duw van een dief en kwam lelijk ten val. Ze was een tijdje arbeidsongeschikt. Je moet de heethoofden eigenlijk laten lopen. Voor hetzelfde geld zijn ze gewapend, hè.

VANHOORDE: Een dief heeft ooit een fles gebroken en me bedreigd met de scherven. Andere collega's kregen weleens een ferme klap in het gezicht. Het gebeurt niet dagelijks, maar toch vaker dan je zou verwachten. Telkens wanneer we een dief tijdelijk vasthouden tot de politie arriveert, zorg ik ervoor dat er geen glazen flessen, nietmachines of perforators in de buurt zijn.

De gouden regel is: loop nooit achter een dief aan. Als je pech hebt, heb je met een bende te maken: voor je het weet, krijg je de rammeling van je leven.

DE COSTER: Veel winkelmedewerkers volgen tegenwoordig cursussen over hoe ze kunnen omgaan met agressie, maar eigenlijk zou dat helemaal niet nodig moeten zijn. In deze grimmige tijden is er terecht veel aandacht voor politiemensen en buschauffeurs, maar onze mensen vervullen een even relevante rol in de maatschappij. Toch worden ze aan hun lot overgelaten, waardoor tal van winkels nu een probleem hebben met langdurig ziekteverzuim.

IEDEREEN DIEF

'Eigenlijk is iedereen een beetje een dief', oppert Tom Symons. Hij is al vijfentwintig jaar één van de grote namen in de wereld van de winkelbeveiliging, met ervaring in kledingzaken en supermarkten zoals Spar, Delhaize en Carrefour. In 2013 kwam Symons tot de vaststelling dat zelfs de spectaculairste schattingen van het aantal gauwdiefstallen en overvallen niet afdoende waren om het mysterie van de verdwijnende voorraad in winkels te ontrafelen. De verklaring bleek kinderlijk eenvoudig: de meeste goederen verdwijnen via de winkelkar.

SYMONS: Tien jaar geleden heb ik me toegelegd op de AI-cameratechnologie die de kassiers toelaat om onmiddellijk te zien of er producten zijn achtergebleven in de winkelkar. Ze krijgen een duidelijk beeld van de kar, met extra informatie van onze slimme software. Wat blijkt uit onze honderden miljoenen scans? Bij een kwart klanten ligt er tijdens het afrekenen nog minstens één product in de kar.

HUMO: Een kwárt? Merken de kassiers dat niet op?

SYMONS: Als je op de kassiersstoel zit, begrijp je waarom. Er staat een rij ongeduldige klanten te wachten, je moet met een waanzinnig tempo producten scannen ... Bovendien is het fysiek onmogelijk om de volledige inhoud van de kar te zien vanaf je stoel. Mensen duwen hun karretje gewoon naar de uitgang, met van alles erin: bier, water, melk, cola, champagne, vis, vlees ... Zo rolt tussen 0,3 en 0,7 procent van de omzet van een zaak zomaar naar buiten.

HUMO: Iets vergeten maakt van een verstrooide klant geen dief.

SYMONS: Nee, maar dat maakt het zo lastig voor de winkeliers: waar eindigt de vergeetachtigheid en begint het kwaad opzet? Voor de daders is het een erg comfortabele situatie. Als een medewerker opmerkt dat iets nog niet is gescand, zeg je gewoon: 'Oeps, vergeten', en niemand zal je een winkeldief noemen. Maar als de kassier níéts ziet - wat vaak gebeurt - loop je wel naar buiten met een mooie buit.

HUMO: Wat verdwijnt het vaakst via de winkelkar?

SYMONS: Alles wat zogezegd te groot of te zwaar is om op de band te plaatsen: frisdrank, melk, water, wijn ... De kratten bier zijn het grootste probleem. We hebben tests uitgevoerd voor de uitbater van een supermarkt, en de resultaten waren best schokkend: van alle kratten die de kassa passeren, wordt slechts 40 procent gescand. De handelaar in kwestie ging ervan uit dat hij 70 kratten bier per week verkocht, maar elke week gingen er 110 stuks gratis de deur uit. En dan moet je het statiegeld nog meerekenen, dat een enorme kostenpost is voor de supermarkten.

BONNE: Met die kratten bier halen sluwe dieven allerlei trucjes uit. Ze betalen keurig voor twee kratten die ze op elkaar zetten, maar in de onderste krat verstoppen ze de meest uiteenlopende producten: snoep, vlees, dure flessen champagne en sterkedrank...

SYMONS: In één van onze winkels kwam een vaste klant steevast met een lege kartonnen doos naar de winkel, zogezegd om haar producten makkelijker in de auto te kunnen zetten. Maar onze software zag dat er niets klopte: een medewerker tilde de doos op en merkte dat die in een identieke doos was geschoven. Tussen de twee dozen verstopte de klant dure visproducten. De uitbater begreep meteen waarom er zoveel garnalen en zalm uit zijn voorraad verdwenen.

BONNE: Afgelopen zomer troffen we regelmatig lege vleesverpakkingen aan in de drankafdeling. Camerabeelden onthulden dat een man wekenlang grote hoeveelheden

rauwe koteletten, gehakt en charcuterie uit de verpakkingen haalde en ze verstopte tussen lege zakken, onderaan in zijn winkelkar.

HUMO: En wat met de zelfscanners?

SYMONS: Dat is het grootste probleem voor supermarkten. De grootste retailorganisatie van het Verenigd Koninkrijk zegt dat één op de drie klanten niet al zijn producten scant.

VANHOORDE: Zelfscanzones zijn een paradijs voor gelegenheidsdieven. Je zet de kat bij de melk. Als de scanner na drie pogingen nog niet heeft gebiept, denken veel mensen: oké, dan betaal ik maar niet - en de pot jam verdwijnt gratis in hun zak.

HUMO: Is dat dan zo erg?

VANHOORDE: Eigenlijk moet je je afvragen: is dat gedrag opzettelijk en kwaadwillig? Het antwoord is twee keer ja. Je komt misschien niet naar de winkel óm te stelen, maar je doet het uiteindelijk wel. Dat is verkeerd. Misschien vinden sommigen me streng, maar we relativeren dat gedrag te veel.

DE COSTER: Klanten denken: ach, de winkel gaat hier niet failliet aan. Maar door die massale diefstallen komen sommige winkels wél in de problemen.

SYMONS: De universiteit van Bologna heeft tests gedaan: meer dan 14 procent van de omzet van supermarkten wordt gestolen via zelfscanners. Dat is onhoudbaar: inmiddels draait al één op de vier Belgische supermarkten verlies.

KLIKLIJN

HUMO: Hoe los je dat zelfscanprobleem op, behalve met steekproefcontroles door het personeel?

SYMONS: De meeste gelegenheidsdieven durven zelfs geen appel meer te stelen als er een personeelslid in de buurt is, dus dat is al een deel van de oplossing. Daarnaast zal kunstmatige intelligentie binnenkort een antwoord bieden. Wij werken bijvoorbeeld aan cameratechnologie die op basis van het gedrag van klanten kan inschatten of ze wel alles correct hebben gescand. Als dat niet het geval is, krijgt het personeel een melding.

BONNE: We praten nu veel over dieven van buitenaf, maar elke winkeluitbater zal je vertellen dat we vooral onze eigen mensen in de gaten moeten houden.

VANHOORDE: Het leven is natuurlijk ook duurder geworden voor het personeel. En voor hen is stelen veel gemakkelijker dan voor de klanten.

SYMONS: Je zou verbaasd zijn als je wist hoeveel personeel op vrijdagmiddag eten meegrist voor het weekend. Sommigen zetten overdag tassen vol voedsel klaar bij de containers op de parking, zodat ze na de werkdag meteen met de buit kunnen vertrekken.

DE WILDER: Kassiers laten weleens een duur product van een vriend of familielid passeren zonder te scannen. Sweethearting heet dat. Dat is een heel Vlaamse gewoonte: 'Ach, dat kan toch geen kwaad?'

HUMO: Maar met jullie technologie die winkelkarren analyseert, wordt sweethearting toch veel moeilijker?

SYMONS: Klopt, en dat leidt in sommige winkels tot zware spanningen. Medewerkers hebben geprobeerd ons systeem te saboteren om cadeautjes te kunnen blijven geven. Anderen laten hun familieleden nog altijd langs de kassa passeren met volgeladen winkelkarren, ondanks de software. Helaas zijn onze videobeelden onverbiddelijk. Er zijn al personeelsleden ontslagen.

HUMO: Meneer Bonne, bent u in uw Delhaize-winkels al bedrogen door uw personeel?

BONNE: Zeker, en dat doet elke keer weer pijn. Het varieert van kleine diefstallen tot doortrapte fraude die maandenlang onopgemerkt blijft. We hadden een kassierster die systematisch spaarpunten van klanten op haar eigen kaart zette, waardoor ze kortingen opbouwde ter waarde van zo'n 10 euro per dag. Ze viel door de mand toen Delhaize opmerkte dat niemand zoveel punten kon verzamelen. Ik moest haar ontslaan - wat erg jammer was, want ze had meer dan twee jaar bij ons gewerkt.

Hoe langer iemand in de winkel werkt, hoe loyaler hij of zij is, en hoe kleiner de kans op diefstal. Wie lange vingers heeft, begint meestal al na enkele dagen of weken te stelen.

DE COSTER: Niet iedereen krijgt zijn personeel onder controle. Ik heb weet van een kleine supermarkt die door het hoge aantal interne diefstallen de deuren heeft moeten sluiten.

HAUSPIE: En dan heb je de spectaculaire diefstallen waarvoor informatie van insiders nodig is. Ik herinner me een nachtelijke inbraak waarbij de daders een muur hadden opengebroken, precies op de plek waar de kluis met contant geld stond. Dat konden ze enkel weten als ze hulp hadden gekregen van binnenuit.

VANHOORDE: Omdat sommige ketens gek worden van dat bedrog, hebben ze inspecteurs in dienst die interne diefstallen en fraude onderzoeken.

HUMO: Bekende voorbeelden zijn Fnac, Inno en grote pakjesdiensten, waaronder Bpost.

DE WILDER: Het inmiddels ter ziele gegane Blokker ging nog verder: de winkel had een eigen kliklijn, zodat medewerkers elkaar konden aangeven.

DE COSTER: Omdat winkels hun personeel wettelijk gezien niet té nauwlettend in de gaten mogen houden, zien de uitbaters zich soms verplicht een achterpoortje te zoeken: dan huren ze privédetectives in.

HAUSPIE: In sommige supermarkten, vooral die van zelfstandige uitbaters, waan je jezelf in 'Big Brother'. In élke rayon kijkt een camera mee.

DE COSTER: Er hangen inmiddels zoveel camera's in en rond supermarkten dat de politie de uitbaters contacteert voor misdrijven die niets met de winkel te maken hebben. 'We onderzoeken een misdrijf in de buurt, mogen we jullie beelden eens bekijken?'

HUMO: In mijn buurtwinkel hangt een camera in het gangpad met toiletpapier. Helpt dat de uitbater dan?

DE WILDER: Ja en nee, want dieven verplaatsen zich vaak naar de minder verdachte rayons om hun diefstal voor te bereiden. Ze halen dure producten uit de verpakking om de beveiligingssystemen te omzeilen, of om hun buit beter te verstoppen.

VANHOORDE: Winkels zoals IKEA worstelen ook met dat probleem. Dieven openen in het magazijn voorzichtig de verpakking van een goedkope bureaustoel en vervangen hem door een luxeproduct. Andere dieven plakken 'goedkope' of zelf afgedrukte barcodes over die van dure items. IKEA's hebben ook een gigantisch magazijn waarin de mensen heel verspreid rondlopen: dan kan een camera helpen.

DE WILDER: Sommige winkeliers gaan heel ver om zich te wapenen tegen diefstallen. In veel tankstations staat een zwarte kast naast de ingang die op een frisdrankautomaat lijkt, maar in werkelijkheid is het een mistmachine. Als de verkoper onraad ruikt, drukt hij op een knopje en vult de ruimte zich met mist. Dat soort technologieën is in opmars. Loeiende sirenes en stroboscopische lichtflitsen die je volledig desoriënteren, bijvoorbeeld: vroeger zag je zulke dingen alleen in juwelierszaken, nu ook bij fietshandelaars.

Tegenwoordig vindt ook veel spitstechnologie uit China haar weg naar Belgische winkels. Zo kun je dieven nu op een zwarte lijst zetten met behulp van AI-gezichtsherkenning: als een veelpleger de winkel binnenkomt, krijgt het personeel een waarschuwing.

HUMO: Zonder toestemming een databank met gezichten aanleggen is verboden in Europa, maar het gebeurt dus wel?

DE WILDER: Ik noem geen namen, maar inderdaad: sommige winkeliers zetten die functies in.

HUMO: Welke andere technologieën zijn in zwang?

DE WILDER: Steeds meer winkeliers maken gebruik van AI-toepassingen om verdacht gedrag te detecteren. Camerasoftware ziet bijvoorbeeld wanneer mensen lang rondhangen in bepaalde afdelingen, wat in vakjargon loitering wordt genoemd.

BONNE: Voor ons is het sop de kolen niet waard: je hebt bijna een voltijdse kracht nodig om die camerasystemen te bemannen en alle meldingen te controleren. Als winkeluitbater dweil je met de kraan open.

HUMO: Ik voel dat u gefrustreerd bent.

BONNE: Jazeker. Wij nemen voor een deel de taak van de politie over: we investeren in kostbare beveiliging, we doen onderzoek en we geven de daders aan. Maar winkeldiefstallen zijn geen prioriteit in ons land. Sinds kort mag de politie lik-op-stukboetes uitschrijven, die kunnen oplopen tot 350 euro. Dat is positief, maar de politie komt zelden als we bellen. Wat hebben we er dan aan?

HUMO: In de eerste helft van 2023 heeft de politie over het hele land amper 343 van die boetes uitgedeeld.

VANHOORDE: Vooral in grote steden is het lastig. We laten de politie weten dat we bewijsmateriaal hebben en dat de dader bij ons in een lokaal zit, maar dan krijgen we te horen: 'Sorry, het is te druk.' Dan moeten we de dief laten gaan.

DE COSTER: We tellen officieel 22.000 diefstallen per jaar, maar dat is slechts het topje van de ijsberg. Sommige politiezones zeggen onomwonden: als het bedrag onder een bepaalde drempel ligt, hoef je de diefstal niet te melden, want daar hebben we geen tijd voor. En als je toch aangifte wilt doen, moet je soms weken wachten op een afspraak. Welke winkelier heeft daar tijd voor?

BONNE: En áls de politie komt, staan de daders meteen weer op straat. Soms hebben we 's ochtends iemand betrapt en staat hij 's middags alweer in onze winkel. Dat is buitengewoon frustrerend. We hebben dringend strengere straffen nodig als afschrikmiddel.

Bron: Humo