



Trek meelifters over de streep

Een handleiding voor het betrekken van alle ondernemers bij veiligheid

Trek meelifters over de streep

Een handleiding voor het betrekken van alle ondernemers bij veiligheid

Julia Mölck
Nicole Smits
Harm Jan Korthals Altes
Paul van Soomeren

Amsterdam, 25 augustus 2006

Inhoudsopgave

Inleiding	5
1 Aanbod afstemmen op de vraag	8
1.1 Balans opmaken	10
1.2 Zet de problemen voor het hele gebied op een rij	12
1.3 Maatregelen kiezen	14
1.4 Samen een plan van aanpak maken voor het hele gebied	18
1.5 Evalueren	20
2 Kostenverdeling	24
2.1 Kiezen voor een gedetailleerde verdeelsleutel	26
2.2 Kiezen voor een simpele verdeelsleutel	28
2.3 Betaling surveillance naar gebruik	30
2.4 Gedeeltelijke betaling in natura	32
3 Overtuigen	36
3.1 Communicatieplan	38
3.2 Bewuste keuze van personen	40
3.3 Persoonlijke benadering van ondernemers	42
3.4 Nieuwsbrief	44
3.5 Deelnemers herkenbaar maken	46
3.6 Korting door collectieve inkoop	48
3.7 Introductieprijs	50
Checklist maatregelen om meelifters over de streep te trekken	53
Bijlagen	55
Bijlage 1 Eerst de individuele vestiging	56
Bijlage 2 Checklist maatregelen	58
Bijlage 3 Gedetailleerde verdeelsleutel	60
Bijlage 4 Tabellen 'Kosten' en 'Opbrengsten'	62
Bijlage 5 Begeleidingscommissie	63
Bijlage 6 Instrumenten en literatuur	64
Bijlage 7 Organisaties	66
Bijlage 8 Adresgegevens deskundigen	68

Woord van dank

De totstandkoming van deze handleiding danken we mede aan de inzet van de volgende deskundigen:

- Peter Adriaansen, Ondernemers Platform Steenberg (OPS)
- Hans Beoletto, Vereniging Collectieve Beveiliging Bedrijventerreinen (VCBB)
- Charles Draak, Ondernemingskring 's-Gravendeel
- Rein Groot, Politie Noord-Holland Noord, regiobureau Veiligheid
- Leo Grunberg, Polyground
- Rodney Haan, CCV
- Theo van Hattum, RPC, Kamer van Koophandel Oost-Brabant
- Nel de Jager, freelance intermediair
- Hendrik-Jan Kaptein, Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD)
- Annet Koster, MKB-Nederland
- Jan Kooreman, winkeliersvereniging Crabbehof Dordrecht
- Jan Meijer, Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD)
- Ruud Oord, Adviser Integrity & Security Affairs
- Arie van Os, Van Os/Partners B.V.
- Han Roordink, Stichting Criminaliteitspreventie Twente
- Richard Telderman, Gemeente Almere, Dienst Stadscentrum Almere
- M. Vogelpoel-Altziebler, Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen (SBBV)
- Johan Verberne, Stichting Veiligheidszorg Noord-Holland Noord
- Chris van Zwam, CCV
- diverse beveiligingsbedrijven

Adresgegevens van bovengenoemde personen zijn opgenomen in bijlage 7.

Inleiding

Als ondernemers zelf iets willen doen aan de veiligheid in hun gebied en daartoe gezamenlijk maatregelen treffen, krijgen ze vermoedelijk te maken met meelifters of 'freeriders'; ondernemers die wel profiteren van de verbeterde veiligheid, maar zich verder afzijdig houden. En om collectief iets van de grond te krijgen zal toch minstens de helft mee moeten doen, zo is gebleken uit de praktijk.

'Hoe trek ik meelifters over de streep?' Dat is de vraag, waarvoor iedere groep ondernemers, die collectieve veiligheidsmaatregelen wil nemen, zich gesteld ziet.

U kunt deze opgave op drie manieren benaderen:

- door maatregelen heel goed af te stemmen op wat er in uw gebied gebeurt en op wat de andere winkeliers/ondernemers willen (te vinden in hoofdstuk 1: 'Aanbod afstemmen op de vraag');
- door nauwlettend de verdeling van de lasten in het oog te houden (te vinden in hoofdstuk 2: 'Kostenverdeling');
- door overtuigingskracht; dat wil zeggen door de andere ondernemers ervan te doordringen dat ze meehelpen het aanzien en de aantrekkelijkheid van hun omgeving te verbeteren, en dat zo'n aanpak hen dus ook geld oplevert (te vinden in hoofdstuk 3: 'Overtuigen').

Deze drie benaderingen vormen samen een totaalaanpak.

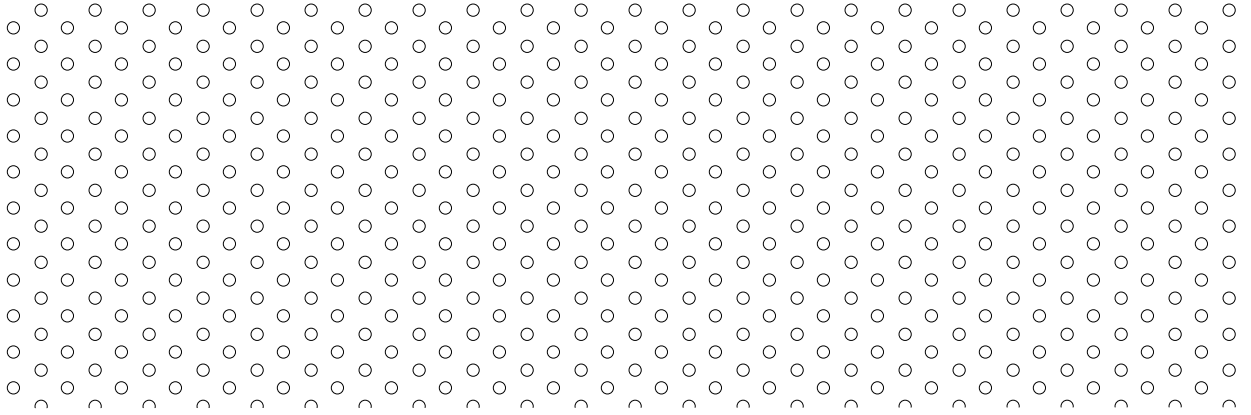
Het is dus niet 'of / of', maar 'en / en'.

Deze handleiding is bedoeld voor de ondernemer die samen met een groep collega-ondernemers collectieve veiligheidsmaatregelen wil nemen.

Het is bruikbaar voor zowel bedrijventerreinen als voor winkelgebieden. Van beide typen gebieden worden in deze handleiding voorbeelden gebruikt. Voorbeelden die ontleend zijn aan de winkelgebieden, zijn doorgaans ook bruikbaar voor bedrijventerreinen, en andersom. Mocht u meer willen weten van de gebruikte voorbeelden, dan vindt u de contactgegevens van de betreffende projecten achterin de handleiding.

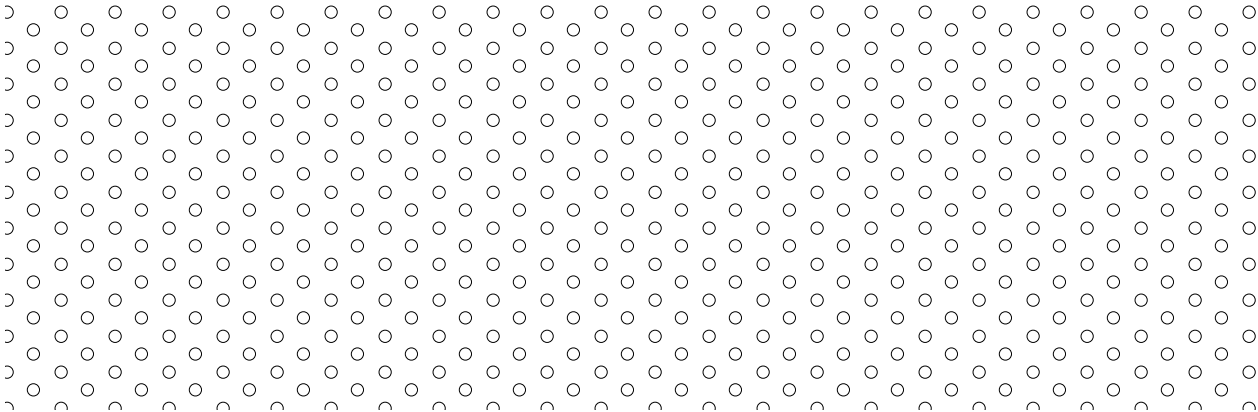
Meelifters overtuigen is maatwerk. Daarom bieden we u een keuzemenu waaruit u kunt kiezen welke maatregelen in uw geval passend zijn.

Om uw aanbod nauwkeurig af te stemmen op de vraag is een stappenplan bedacht; in een vaste volgorde en een duidelijke structuur.



Hoofdstuk 1

Aanbod afstemmen op de vraag



1 Aanbod afstemmen op de vraag

Als u ondernemers zover wilt krijgen dat ze deelnemen aan gemeenschappelijke beveiliging zou u de plannen moeten toesnijden op hun behoeften.

Wat niet aanspreekt koopt u logischerwijze niet, maar in de praktijk wordt - soms zelfs helemaal buiten de deelnemers om - toch vaak gekozen voor een standaardpakket, dat vervolgens op hun gebied van toepassing wordt verklaard. Dat zo iets het draagvlak niet vergroot spreekt vanzelf, maar het biedt ondernemers zelfs vaak een extra excuus om niet mee te doen.

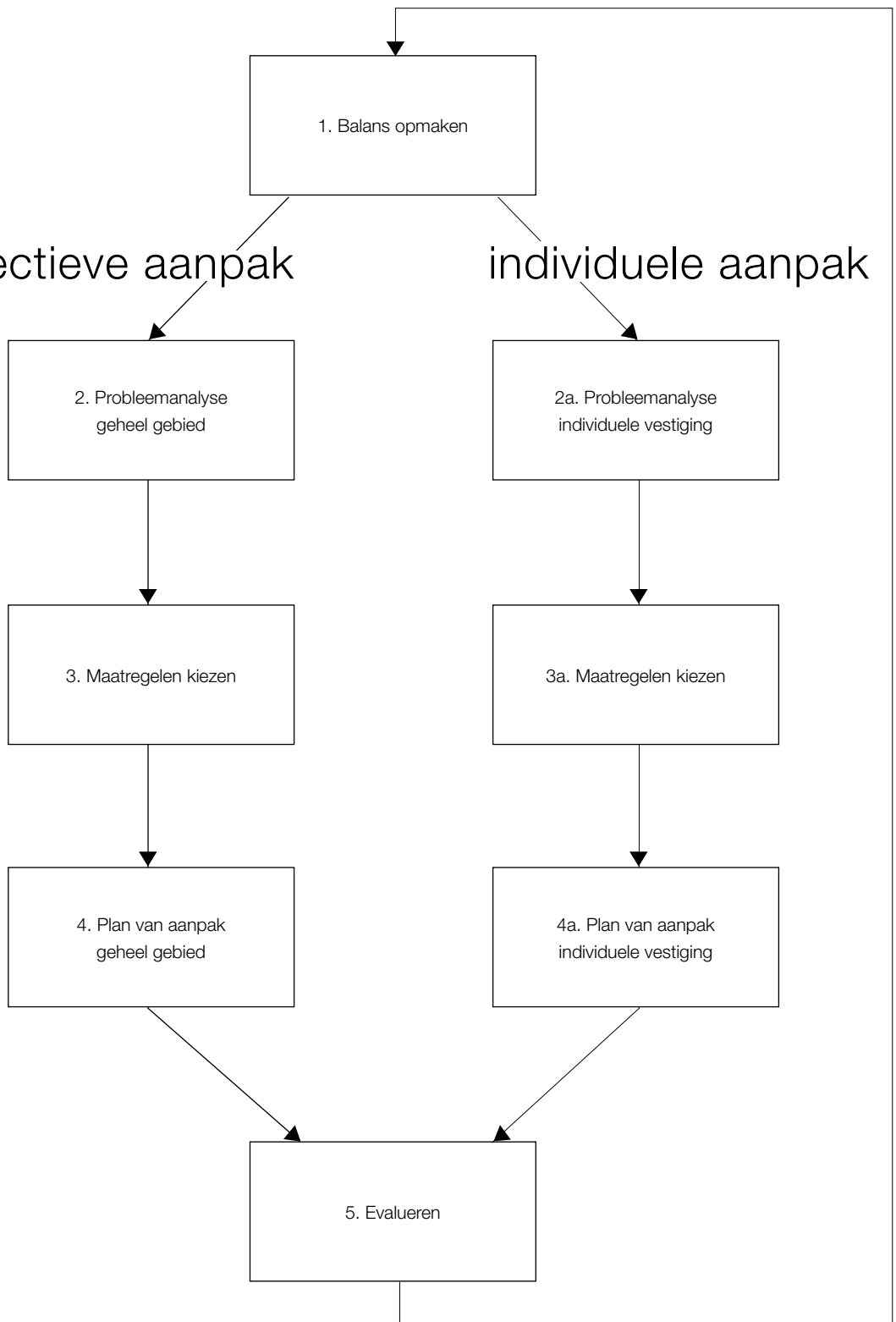
Dit hoofdstuk biedt u het gereedschap waarmee u een plan van aanpak samenstelt.

De allereerste stap is de balans opmaken, en u afvragen of het accent moet liggen op een gezamenlijke aanpak, of dat u eerst gericht bepaalde vestigingen gaat aanpakken. Daarna weet u welke route u het best kunt volgen. Als u besloten hebt tot een gezamenlijke aanpak volgt u de linker route; richt u zich op de aanpak van een aantal individuele vestigingen dan kiest u de rechter route (zie het stroomschema hiernaast).

Een overzicht van maatregelen in dit hoofdstuk vindt u in de checklist aan het eind van de handleiding. Hierin kunt u de voorkeursmaatregelen aanvinken die u al getroffen hebt en die u nog wilt gaan treffen. Kiest u de linker route, dan moeten uiteindelijk alle maatregelen in dit hoofdstuk getroffen zijn. Kiest u (eerst) voor de rechter route, dan is dat niet nodig. U vindt dan de noodzakelijke informatie in bijlage 1.

collectieve aanpak

individuele aanpak



1.1 Balans opmaken

Om u goed te beveiligen moet u weten waartegen. De eerste stap is dus een beoordeling van de situatie.

Als bedrijven qua criminaliteit ongunstig afsteken bij de overige bedrijven in een gebied, zijn ze aan te merken als 'hotspots'. De vragenlijst hiernaast kan u helpen bepalen of die er zijn, en zo ja, helpen bepalen of de problemen over het gehele gebied verspreid zijn. Het resultaat van deze beoordeling bepaalt de keuze van het traject. Voor dat traject zijn drie mogelijkheden:

- een individuele benadering, eventueel gevolgd door een gezamenlijke aanpak;
- allebei: individueel en collectief beveiligen;
- collectieve aanpak.

Zie verder de vragenlijst hiernaast.

Waar moet ik beginnen?

Onderstaande vragenlijst helpt bij de vraag: waar moet ik beginnen? En bij wie: doen we het met elkaar of alleen met bepaalde bedrijven waar een aanpak echt hard nodig is? Is de collectieve of de individuele aanpak de aangewezen weg?

Beantwoord de negen vragen hieronder met ja of nee.

Zitten veiligheidsproblemen verspreid over het hele gebied?	ja/nee
Zijn er specifieke problemen in het gebied waar bijna iedereen last van heeft?	ja/nee
Zijn individuele vestigingen al redelijk tot goed beveiligd?	ja/nee
Willen ondernemers een aanpak van het hele terrein / gebied?	ja/nee
Is het terrein makkelijk afsluitbaar, heeft het een beperkt aantal ingangen?	ja/nee
Heeft het terrein de gebruikelijke bedrijfstijden (ma-vrij 8.00-18.00 uur) ?	ja/nee
Zijn er alleen kantoren/bedrijven (dus geen detailhandel, uitgaansfuncties en andere voorzieningen)?	ja/nee
Is er een sterke ondernemersvereniging?	ja/nee
Doen andere partijen (gemeente, politie, brandweer) mee?	ja/nee

7-9 keer 'ja': kies voor collectieve aanpak

Begin met maatregel 1.2: 'Zet de problemen voor het hele gebied op een rij'.

4-6 keer 'ja': collectief én individueel

Maak een lijst van 'hotspots' en gebruik voor de aanpak daarvan bijlage 1: 'Eerst de individuele vestiging'; ga tegelijkertijd ook alvast aan de slag met maatregel 1.2: 'Zet de problemen voor het hele gebied op een rij'.

0-3 keer 'ja': eerst individuele aanpak

Begin met bijlage 1: 'Eerst de individuele vestiging'.

1.2 Zet de problemen voor het hele gebied op een rij

Vaak wordt de fout gemaakt dat meteen gegrepen wordt naar oplossingen, zonder te weten voor welk probleem die oplossingen moeten dienen.

Stap niet in die valkuil: kiest u verkeerde oplossingen, dan zal het effect later teleurstellend blijken te zijn. Wat u op zijn minst eerst nodig heeft is een lijstje van problemen, dat partijen samen hebben opgesteld.

Zo'n lijst maakt duidelijk:

- Welke veiligheidsproblemen er zijn: diefstal, vandalisme, overlast, overvallen, bedreiging, afpersing, brandstichting, auto-inbraak, fietsendiefstal, zakkenrollerij, onveiligheidsgevoelens, drugsgebruik of -handel enz.
- Of, hoe vaak en in welke mate ze spelen: vaak, regelmatig, soms.
- Wanneer: overdag, 's avonds, door de week, in het weekeinde.
- Hoe erg is het? Denk aan de uitwerking op personeel en ondernemers, publiek, klanten en omwonenden.
- Waar het zich afspeelt: in winkels en warenhuizen, in de personeelsruimte, bij de entree, op het terrein, in de omgeving.

Er is vaak een verschil tussen het collectieve probleem en het individuele probleem van een ondernemer. Let op die verschillen en ga er zorgvuldig mee om.

Vaak worden politiecijfers en een ondernemersenquête gebruikt om te weten wat er speelt.

Zo'n enquête kan de gemeenschapszin versterken; doe zo'n onderzoek dus samen!

Nodig ondernemers, politie, brandweer en de gemeente uit om het gebied te 'schouwen', laat elkaar de problemen zien en bespreek ze. Maak een ranglijst, en bepaal samen wat de ergste problemen zijn. Zet de bevindingen in een overzichtelijk verslag.

Wat moet ik weten?

Vul onderstaande lijst in. Doe zo veel mogelijk samen met anderen, die het gebied goed kennen.

Probleem	Aard en omvang	Plekken	Tijden	Daders	Slacht- offers	Oorzaken / omstandig- heden	Probleem- houders (wie moeten actie ondernemen)
1 diefstallen tijdens openingsuren							
2 diefstallen/ inbraken buiten openingsuren							
3 vandalisme							
4 overlast, hangjeugd							
5 overvallen, bedreiging, afpersing							
6 brandstichting							
7 autocriminaliteit							
8 fietsendiefstal							
9 publieksveiligheid, (zakkenrollerij, onveiligheids- gevoelens)							
10 drugshandel en gebruik							
11							
12							
13							
14							
15							

1.3 Maatregelen kiezen

Nu de problemen goed in kaart zijn gebracht moeten de maatregelen gekozen worden. Het schema kunt u gebruiken om de juiste keus te bepalen, zowel voor de individuele als voor een gezamenlijke aanpak. Kies zoveel mogelijk samen met anderen. Zo ontstaat draagvlak voor de keuze en maakt u het voor meelifers moeilijker zich aan het project te onttrekken.

We kennen de problemen – wat staat ons nu te doen?

Kies in de onderstaande lijst bij elk probleem de oplossing die bij uw specifieke situatie past.

Tips

- Gebruik het formulier in bijlage 2, daar kunt u bij elke maatregel een kruisje zetten.
- Houdt u vooraf een enquête onder ondernemers, neem dan ook een vraag op over de voorkeursmaatregelen, en gebruik die informatie bij de maatregelenkeuze.
- Wilt u voor bepaalde individuele vestigingen een leidraad voor de aanpak, gebruik dan de beschikbare instrumenten die beschreven zijn in bijlage 1.

In *cursief* geschreven maatregelen kunnen door de ondernemers zelf of als collectief worden uitgevoerd, soms samen met gemeente en/of politie. Niet-cursieve maatregelen liggen volledig in handen van andere partijen dan de ondernemers.

Probleem	Collectieve aanpak	Vestigingsgerichte aanpak
diefstallen tijdens openingsuren	<i>aangiftebereidheid verhogen, surveillance, daderanalyse, opsporing, vervolging, schadeverhaal</i>	<i>regelmatige tassencontrole, detectiepoortjes, afscherming, buitreductie, overzichtelijke inrichting, camera's, reguleren looproute voor publiek, training personeel</i>
diefstallen/ inbraken buiten openingsuren	<i>terreinafsluiting, bewaakte toegang, surveillance, camera-bewaking openbaar gebied</i>	<i>hekwerk, hang- en sluitwerk, veiligheidsbeglazing, reductie opklimmogelijkheden, buitreductie, kluis</i>
vandalisme	<i>camerabewaking openbaar gebied, surveillance, sociale controle verbeteren, uitstraling, intensief beheer</i>	<i>materiaalkeuze, intensief beheer, camera's, verlichting gevels, afschermende beplanting</i>
overlast, hangjeugd	<i>sociale controle, opvangvoorzieningen, informatievoorziening aan politie, surveillance, opsporing, vervolging, ontzegging, afschermen nissen, aanpakken zitgelegenheden</i>	<i>training personeel, huisregels voor winkelontzegging, samenwerking wijkpolitie</i>
overvallen, bedreiging, afpersing	<i>informatievoorziening aan politie, intensivering opsporing en vervolging, burenbelsysteem</i>	<i>buitreductie, separatie, alarmering, kluis, waardetransport, camera's, training personeel, opstellen protocol</i>

Probleem	Collectieve aanpak	Vestigingsgerichte aanpak
brandstichting	<i>Aangiftebereidheid verhogen</i>	<i>brandbaar afval afvoeren of afschermen, brandvertragende materialen en constructies, camera met opvolging</i>
autocriminaliteit	<i>verlichting op parkeerplaatsen, borden 'buit eruit', surveillance, controle en voorlichting, bewaakte parkeerplaatsen</i>	<i>eigen parkeerplaats met slagboom of beugels, verlichting, camera's, voorlichting personeel</i>
fietsendiefstal	<i>bewaakte fietsparkeervoorzieningen, verlichting, veilige klemmen en beugels, stalling op zichtbare plekken, sociale controle, surveillance</i>	<i>reguleren fietsparkeren d.m.v. aanwijzen fietsparkeerplaatsen, op zichtbare plekken, verlicht, voorlichting personeel</i>
publieksveiligheid (zakkenrollerij, onveiligheidsgevoelens, overlast)	<i>overzichtelijke inrichting, goede verlichting</i>	<i>camera's met opvolging, voorlichting</i>
drugshandel en gebruik	<i>burenbel systeem, sociale controle, opvangvoorzieningen, informatievoorziening aan politie, surveillance, opsporing, vervolging, ontzegging, afschermen nissen, aanpakken zitgelegenheden, speciale politieacties gericht op de handelaar (dealer)</i>	<i>camera's, voorlichting, schoonhouden</i>

1.4 Samen een plan van aanpak maken voor het hele gebied

Een plan van aanpak maakt u samen met alle relevante partijen.

U vult de gekozen maatregelen in en zet achter elke maatregel de doelstelling, de geplande ingangsdatum van de maatregel, de partij die voor deze maatregel de trekker is en de andere partijen die helpen bij de uitvoering.

Doelstellingen

Houdt u zich zo veel mogelijk aan de zogenaamde SMART-criteria.

Specifiek – doel zo concreet mogelijk opstellen

Meetbaar – criteria zo objectief stellen dat bepaald kan worden of het doel bereikt is.

Acceptabel – voor iedereen aanvaardbaar.

Realistisch – doel moet uitvoerbaar en haalbaar zijn.

Tijdgebonden – termijn stellen.

Wilt u meer weten over bruikbare methoden om tot een goed plan van aanpak te komen?

Kijk dan op de website van het Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid:

www.hetccv.nl.

Hoe maak ik een overzichtelijke actie-leidraad?

Tips

- Maak de lijst van gekozen maatregelen kleiner tot een overzichtelijke lijst.
- Zet ze van boven naar beneden in volgorde van belangrijkheid.
- Bepaal per maatregel de doelstelling en houdt u zich aan de SMART-criteria.
- Wijs altijd een trekker aan, dat wil zeggen een partij die hoofverantwoordelijk is voor die maatregelen.

	Maatregel	Doelstelling	Ingangsdatum	Trekker	Overige uitvoerende partijen
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					

1.5 Evalueren

Als eenmaal de maatregelen zijn getroffen is de veiligheid niet voor eens en voor altijd geregeld. Om de zoveel tijd (bijvoorbeeld ieder jaar) dient de aanpak beoordeeld te worden. Hieronder vindt u een lijst van vragen voor de (jaarlijkse) beoordeling.

Vragen over de maatregelen

- Zijn de voorgenomen maatregelen uit het plan van aanpak uitgevoerd?*
- Hebben ze het beoogde effect gehad?*
- Sluiten de maatregelen nog aan op de problemen? Zijn de problemen van toen verdwenen? Zijn er nieuwe problemen bijgekomen? (Deze vragen kunt u beantwoorden indien u een registratie van incidenten bijhoudt; zie daarvoor verderop, onder 'meten is weten').*
- Is er een tussentijdse evaluatie gedaan en zijn op grond daarvan maatregelen bijgesteld? Is het resultaat alsnog bereikt? Wat is nog nodig om het resultaat te bereiken?*

Vragen over het samenwerkingsverband

- Heeft de samenwerking resultaat opgeleverd?*
- Welke afspraken zijn nagekomen, welke afspraken moet nieuw leven worden ingeblazen?*
- Zijn alle nodige partijen betrokken?
- Hebben de partijen hun specifieke rollen vervuld? Moet de rolverdeling worden aangepast?

Heeft de trekker de voortgang goed bewaakt?

- Is er een nieuw (bijgesteld) plan van aanpak gemaakt?*
- Zijn er incidenten geregistreerd?
- Is het ambitieniveau bijgesteld?
- Verloopt de financiële samenwerking tot tevredenheid van alle betrokkenen?*
- Is het aantal freeriders geslonken?

* Deze vragen komen minimaal aan de orde.

Metten is weten

U kunt uw resultaten het beste beoordelen als u incidenten hebt bijgehouden. Dan kunt u antwoord geven op de vraag: heb ik mijn doelstellingen bereikt? Is het aantal inbraken daadwerkelijk 20% gedaald? Is de winkeldiefstal met 50 gevallen per jaar teruggelopen? U kunt zelf een registratieformulier ontwerpen, dat alle aangesloten ondernemers invullen en naar een centraal adres opsturen na elk incident. Op een registratieformulier moet minimaal vermeld staan: locatie, tijdstip, voorval en eventuele informatie over de dader(s).

Meer informatie over de maatregel in het algemeen
www.hetccv.nl; bij 'Keurmerk Veilig Ondernemen'

Goed zicht op wat er gebeurt

In het uitgaanscentrum van Almere houdt men elk jaar goed zicht op wat er gebeurt. In 2003 is daar voor het eerst een meting gedaan, die bestond uit een enquête onder het uitgaanspubliek, een enquête onder horecaondernemers en een onderzoek van de aangiftecijfers van de politie. De uitkomsten van de beoordeling van het laatste jaar zijn direct van invloed op nieuwe activiteiten en maatregelen in het uitgaansgebied.

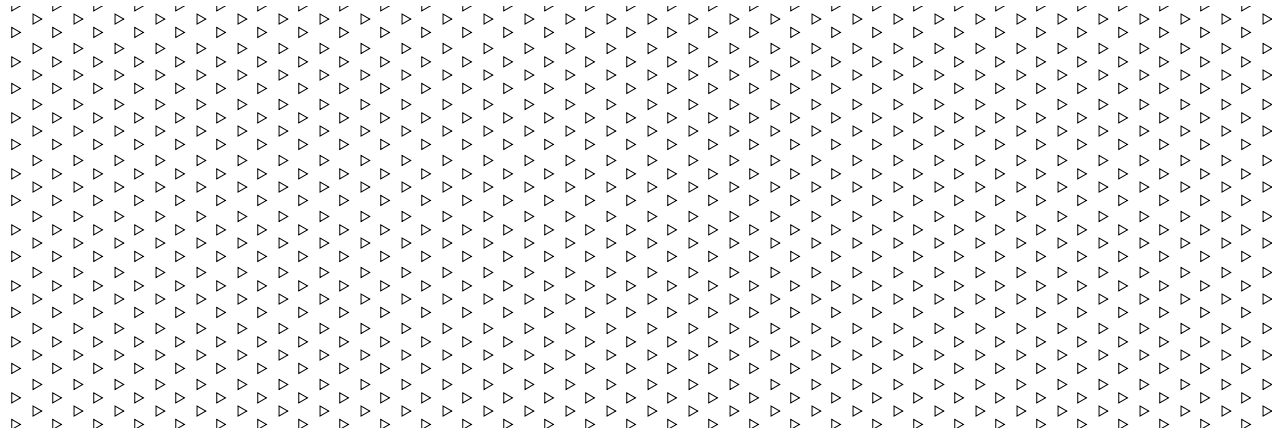
In vervolgmetingen werden nog vier extra bronnen gebruikt:

- enquête bewoners in het stadscentrum;
- interviews sleutelfiguren;
- schouw in het openbaar gebied;
- interne audits in de horecagelegenheden.

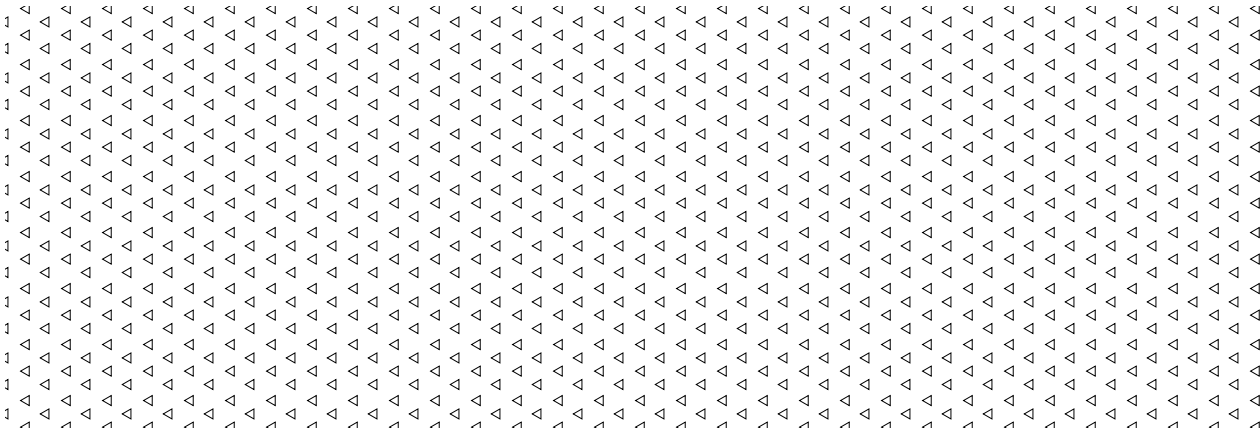
Bij een interne audit komt een 'mystery guest' langs in een café of discotheek om bijvoorbeeld te controleren of er geen alcohol wordt geschonken aan minderjarigen. De ondernemer weet niet wanneer de audit plaatsvindt en tijdens de audit lijkt de controleur op een normale gast.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

- Veilig Uitgaan Stadshart Almere, Definitief plan van aanpak 2006
- Gemeente Almere, Dienst Stadscentrum Almere
- www.almere.nl



Kostenverdeling



2 Kostenverdeling

Er zijn in theorie oneindig veel modellen voor kostenverdeling denkbaar. Veel gebruikt wordt een gedetailleerde verdeelsleutel, die hierna wordt toegelicht. Dit model wordt op veel bedrijventerreinen en in veel winkelgebieden in het land gebruikt om de kosten van collectieve beveiliging te verdelen. Dit model vergt echter heel wat rekenwerk en in verschillende projecten is gezocht naar een eenvoudiger model. Een alternatief voor de gedetailleerde verdeelsleutel is dan ook de simpele verdeelsleutel: daarbij wordt met slechts één variabele gerekend, bijvoorbeeld het bedrijfsvloeroppervlak.

Een derde variant is betalen naar gebruik: de bijdrage van iedere ondernemer hangt af van het aantal uren surveillance dat die bepaalde ondernemer wil afnemen.

Enkele tips vooraf.

- Kies gezamenlijk en bewust voor een bepaald rekenmodel. Misschien zullen niet alle deelnemers tevreden zijn met een bepaald model. Bepaal vooraf hoe daarmee wordt omgegaan, dus onder welke voorwaarden voor een model gekozen wordt.
- Zorg dat het overleg over de kostenverdeling een duidelijk startpunt heeft, zodat partijen zich niet achtergesteld voelen, omdat ze later dan anderen betrokken worden.
- Maak voor iedereen inzichtelijk welke kosten gedekt moeten worden: “dit willen we doen, dat kost zoveel”.
- Houd het verschil tussen huurders en eigenaren in het oog: ondernemers die tevens eigenaar zijn van een pand hebben doorgaans een dubbel belang bij veiligheid; en bij huurders geldt dat zij soms onterecht dubbel aangeslagen worden, eerst door de eigenaar via de servicekosten en vervolgens voor dezelfde diensten nog eens door de ondernemersvereniging.

Een overzicht van maatregelen in dit hoofdstuk vindt u in de checklist aan het eind van de handleiding, net voor de bijlagen. Hierin kunt u uw voorkeursmaatregelen aanvinken.



2.1 Kiezen voor een gedetailleerde verdeelsleutel

Het model dat hiernaast als voorbeeld wordt gebruikt, wordt op veel bedrijventerreinen en in veel winkelgebieden gebruikt om de kosten van collectieve beveiliging te verdelen.

Het rekenmodel werkt met puntenwaardering (zie bijlage 3). Een onderneming scoort op de vier criteria:

- terreinoppervlakte (conform kadastrale gegevens);
- aantal personeelsleden;
- waarde van goederen en inventaris inclusief machines;
- attractiviteit van goederen en inventaris.

Per criterium krijgt de onderneming punten, die worden opgeteld (totaal A). Daarop kunnen eenmalig 'bonuspunten' (B) in mindering worden gebracht, namelijk als de ondernemer risicoverminderende maatregelen heeft getroffen. Bonuspunten zijn bijvoorbeeld te verkrijgen voor goed hang- en sluitwerk, inbraakdetectie, terreindetectie, compartimentering van vitale ruimtes, woning bij bedrijf of permanente mensbewaking.

$$A \text{ (risico-punten)} - B \text{ (bonuspunten)} = \text{totaal aantal punten}$$

De opgetelde punten (A) minus de bonuspunten (B) geven een totaal. Eén punt staat voor een vast bedrag. De contributie voor de onderneming per jaar bedraagt dit vaste bedrag maal het totaal aantal punten.

Toepasbaarheid

Dit model is van toepassing op projecten waar de partijen hun aandeel nauwkeurig willen berekenen.

Maar let op: sla niet te ver door in het aanbieden van maatwerk. Probeer de individuele bijdrage niet tot in detail te bepalen, maar hanteer voor de moeilijk berekenbare 'rest' het solidariteitsprincipe: "dat is uw solidariteitsaandeel in de contributie". Solidariteit is een gangbaar begrip voor verzekeraars: twee ondernemers betalen evenveel voor hun basisverzekering, terwijl hun persoonlijke risicosituatie mogelijk zeer uiteenloopt. Dit is ook bij de kostenverdeling van collectieve beveiliging van toepassing.

Meer informatie over de maatregel in het algemeen

- Stichting Veiligheidszorg Noord-Holland Noord, www.stichtingveiligheidszorg-nhn.nl
- Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen (SBBV), www.sbbvianen.nl

Je moet er even voor gaan zitten, maar het werkt wèl.

Stichting Veiligheidszorg Noord-Holland Noord

Stichting Veiligheidszorg heeft eind 2005 60 bedrijventerreinen, 4 winkelgebieden, 1 kassenterrein en één woonwijk volgens dit rekenmodel ingeschaald.

De eerste stap is een grove schatting van het te verwachten aantal punten per onderneming.

Deze inventarisatie doen medewerkers van de stichting in 3 à 4 dagen, afhankelijk van het aantal ondernemingen. Vanuit de auto wordt elk perceel op zijn waarde geschat. Deze eerste grove schatting blijkt in de praktijk al aardig in de buurt te liggen van de daadwerkelijke uitkomsten bij zorgvuldige berekening via de verdeelsleutel.

Het voordeel van deze methode is, dat in kort tijdsbestek een indruk kan worden verkregen van de mogelijke contributie-opbrengsten voor de collectieve beveiliging. Dit gegeven, samen met de gegevens die voor de kosten beschikbaar zijn, maken het mogelijk om snel een inschatting te maken of een project voor collectieve beveiliging op dat terrein een haalbare kaart geacht moet worden. Pas wanneer het antwoord positief is, wordt een exacte begroting gemaakt van kosten en de wijze waarop deze verdeeld worden over de deelnemers. Voor die verdeling wordt dan de kostenverdeelsleutel gebruikt zoals hiernaast genoemd, en die in zijn geheel opgenomen is in bijlage 3.

Stichting Veiligheidszorg gaat overigens alleen met de ondernemers van een gebied in zee als men ervan uit kan gaan dat binnen één à twee jaar minimaal 40% van de ondernemingen meedoen. Anders wordt de collectieve beveiliging door te weinig ondernemers betaald en is dit model niet haalbaar.

Stijgt het deelnamepercentage boven de 40% dan kan extra surveillance worden gekocht of kunnen aanvullende veiligheidsmaatregelen worden getroffen.

Rekenvoorbeeld

- Kosten beveiliging voor het gebied per jaar: € 110.000
- Geschat aantal deelnemende ondernemers: 50
- Gemiddelde jaarlijkse bijdrage aan de collectieve beveiliging: € 2.200
- Gemiddelde score op de puntenwaardering (bijlage 3): 25 punten
- Contributie per ondernemer: € 88 per punt ($€ 2200 : 25 \text{ punten} = € 88$); dat wil zeggen een ondernemer die 10 punten scoort betaalt € 880, een ondernemer die 20 punten scoort betaalt € 1760, enzovoort.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

Stichting Veiligheidszorg Noord-Holland Noord, www.stichtingveiligheidszorg-nhn.nl

2.2 Kiezen voor een simpele verdeelsleutel

Bij verschillende projecten worden de kosten verdeeld op basis van één enkele maat. In het voorbeeld hiernaast (methode winkelcentrum Crabbehof in Dordrecht) is dat het 'verkoopvloeroppervlak'.

Toepasbaarheid

- Als partijen vooral een eenvoudig model willen.
- Als één eenheid (bijv. grondoppervlak) leidt tot een kostenverdeling die partijen als rechtvaardig beschouwen.

Wanneer het heel simpel moet zijn

In winkelcentrum Crabbehof in Dordrecht is de criminaliteit flink afgenomen sinds een pakket aan maatregelen is uitgevoerd. De winkeliers hebben een onderling waarschuwingssysteem, een surveillant is ingehuurd, de verlichting onder de luifel is aangepast, anti-rampalen zijn geplaatst en de openbare weg is aangepast.

De eerste drie jaar hebben gemeente, belegger en winkeliersvereniging samen de kosten betaald. Daarvoor is een eenvoudig model opgezet.

Van het totale bedrag dat betaald moest worden, werd eerst de bijdrage van de gemeente en de belegger afgetrokken. Het resterende bedrag moest door de winkeliers worden opgebracht. Na de eerste drie jaar dragen gemeente en belegger niet meer bij en komen alle kosten ten laste van de winkeliers.

Voor de verdeling van de kosten onder de winkeliers is vanaf het begin een simpele verdeelsleutel gebruikt: iedere winkelier betaalt een vast bedrag, plus een bijdrage die afhankelijk is van de verkoopvloeroppervlakte.

Elke winkelier wordt dus naar rato van zijn eigen verkoopvloeroppervlak aangeslagen.

Voordeel van het werken met een deels vaste bijdrage is dat er geen al te grote ongelijkheid ontstaat in de bijdrage. Anders zou een onderneming die 10 maal zo groot is, ook 10 maal zoveel bij moeten dragen.

Ter indicatie: de kleinste winkel betaalt € 45 en de grootste ruim € 300 per jaar.

Dit systeem werkt naar volle tevredenheid van iedereen.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

- Winkeliersvereniging Crabbehof Dordrecht
- Hoofdbedrijfsschap Detailhandel (HBD)
www.hbd.nl

2.3 Betaling surveillance naar gebruik

Een totaal andere benadering van de kostenverdeling is 'betalen naar gebruik'.

Uitgangspunten kunnen dan bijvoorbeeld zijn:

- Vaste prijs per minuut surveillance, met een minimum van vijf minuten.
- 2 surveillancerondes per avond/nacht.
- Inschrijving voor 1 van de 2 dan wel voor beide surveillancerondes mogelijk.
- Standaard surveillance betreft inspectie buitenzijde terrein, naar behoefte is ook inspectie van het terrein binnen het hekwerk mogelijk en/of inspectie van de binnenzijde van het gebouw.

Toepasbaarheid

Op alle gebieden toepasbaar waar gesurveilleerd wordt. Leent zich goed voor gebieden met gemengd gebruik.

En toen riep iemand: “dan betalen we toch gewoon naar gebruik!”

Op één van de allereerste bedrijventerreinen die met collectieve beveiliging aan de slag wilden, het terrein Randwijk in Maastricht, ontstond een moeilijke discussie over de kostenverdeling. Het betreft een complex, multifunctioneel terrein waar naast bedrijven ook woningen, een ziekenhuis en een congrescentrum gevestigd zijn. Het gebied is dus 24 uur in gebruik, waardoor er geen mogelijkheid is voor de afsluiting van het gebied en ook toegangsbeheersing moeilijk te realiseren is.

Het leek er even op dat het project op de discussie over de kostenverdeling zou stranden. Totdat iemand op een vergadering opperde om iedereen te laten betalen naar gebruik. Dit bleek het ei van Columbus. In deze verdeelsleutel konden alle partijen zich vinden.

Hieronder staat de uitkomst van de kostenverdeling, vereenvoudigd omwille van de overzichtelijkheid (Het percentage geeft aan welk deel van de kosten het betreffende bedrijf moet betalen).

Bedrijf	Ronde 1, aantal minuten	Ronde 2, aantal minuten	Totaal minuten	%
A	5	15 *	20	25
B	10 **	10 **	20	25
C	20 *	5	25	31
D	5	5	10	13
E	5	-	5	6
Totalen			80	100

* Bedrijven A en C willen één keer per etmaal ook een inspectie aan de binnenzijde van het gebouw; bij bedrijf A kost dit 15 minuten; bij bedrijf C, dat een groter vloeroppervlak heeft, kost dit 20 minuten.

** Bedrijf B wil twee keer per etmaal inspectie op het terrein binnen het hekwerk, maar niet aan de binnenzijde van het gebouw; dat kost telkens 10 minuten.

2.4 Gedeeltelijke betaling in natura

Het is denkbaar, dat sommige ondernemers (om wat voor reden dan ook) niet in financiële zin willen bijdragen aan de collectieve maatregelen. Binnen een vereniging kan afgesproken worden dat die ondernemer op een andere manier bijdraagt. Bijvoorbeeld door het drukken van de nieuwsbrief te verzorgen of inzetten van 'eigen' beveiligingsdiensten van ondernemers die in het gebied actief zijn. Het publieke domein wordt bijvoorbeeld beveiligd door een beveiligingsbedrijf, maar één van de drie rondes wordt gedaan door 'eigen' beveiligingspersoneel van een in het gebied gevestigde ondernemer. Ondernemers factureren hun diensten voor de vereniging overigens wel maar dan tegen kostprijs, dus zonder winst.

Betaling in natura kan nooit helemaal in plaats van de contributie komen, er moet immers sowieso geld op tafel komen, bijvoorbeeld om de collectieve surveillance te betalen.

Tip

Maak eerst een sluitende begroting voor één boekjaar. Bepaal vanuit die begroting hoeveel en wat in natura betaald kan worden.

Neem de volgende stappen:

Tabel kosten

- Schrijf alle kostenposten op.
- Zet de totale kosten op jaarbasis erbij.
- Geef aan welke kostenposten deels in natura kunnen worden voldaan, en door wie.

Tabel opbrengsten

- Verdeel in de 1e kolom de kosten over de deelnemers volgens de gekozen verdeelsleutel (bedrag A).
- Zet in de 2e kolom het bedrag dat elke ondernemer in natura wil betalen (bedrag B).
- Zet in de 3e kolom het bedrag dat elke ondernemer in geld betaalt (het verschil tussen A en B): dit is bedrag C.
- Tel bedrag B en C op: dit moet weer bedrag A zijn.

Kijk hiernaast voor de ingevulde voorbeelden!

Lege tabellen vindt u in bijlage 4.

Hoe bepaal ik wat deelnemers in natura kunnen betalen?

Voorbeeld van ingevulde tabellen.

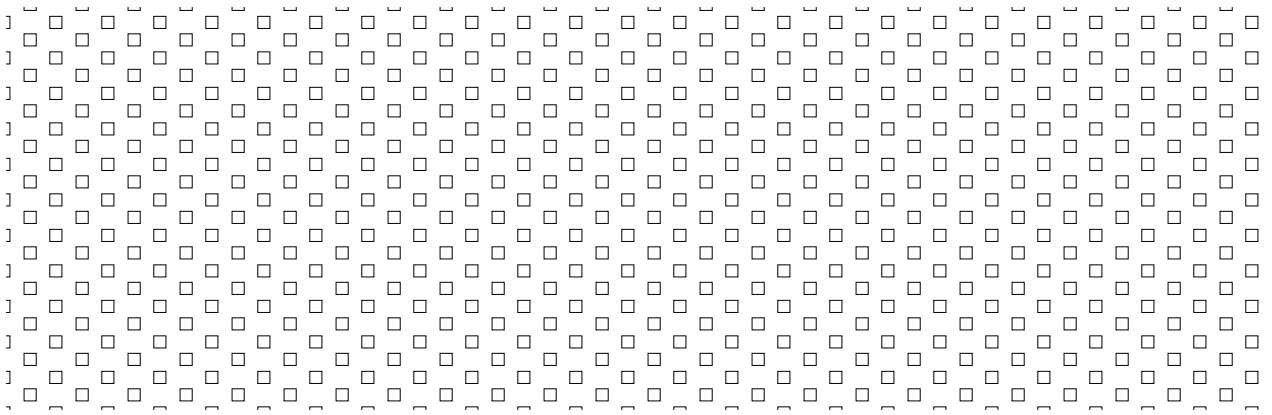
Lege tabellen vindt u in bijlage 4.

Kosten per jaar

Kostensoort	bedrag per jaar	deel natura?	wie
Beveiligingsbedrijf	10.000	ja	-
Secretariaat	1.000	ja	A
Drukwerk	500	ja	C
Publiciteit	1.000	-	-
Reis- en verblijfkosten	500	-	-
Inzetten 'eigen' beveiligingsdiensten	2.000	ja	D
Totaal	€ 15.000		

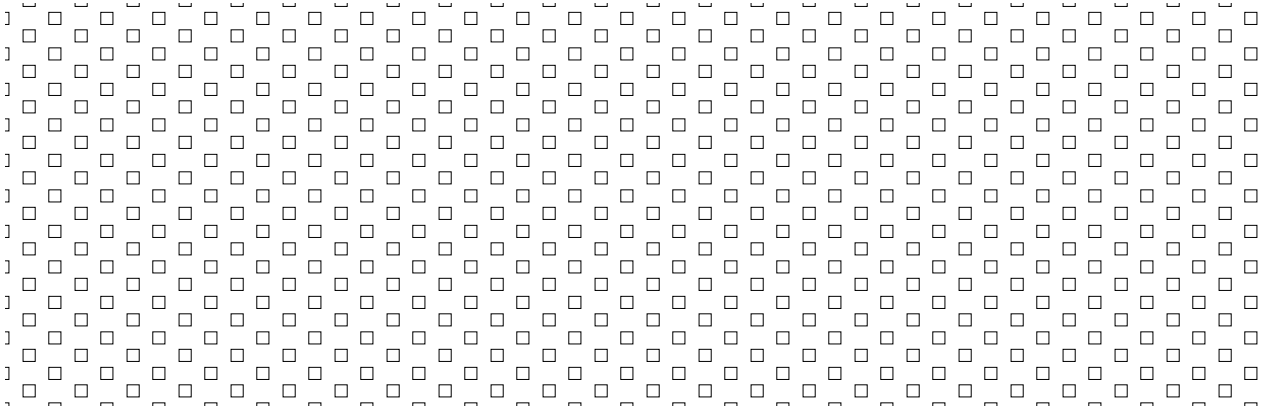
Opbrengsten per jaar

Deelnemers	verdeling totale kosten (A)	betaling natura (B)	betaling geld (C)	totaal (B+C) moet A zijn
A	3.000	1.000	2.000	3.000
B	1.500	-	1.500	1.500
C	3.000	500	2.500	3.000
D	3.200	2.000	1.200	3.200
E	4.300	-	4.300	4.300
Totaal	€ 15.000	€ 3.500	€ 11.500	€ 15.000



Hoofdstuk 3

Overtuigen



3 Overtuigen

‘Overtuigen’ komt vaak neer op steeds harder roepen dat die stomme ander moet doen wat wij vinden dat hij moet doen. Dat type ‘overtuigen’ is zinloos. ‘Overtuigen’, dat moet zijn: helpen, steunen, faciliteren, subsidiëren, uitlokken en een bepaalde kant uit duwen. Met deze oplossingsrichting kunt u ondernemingen en overheden, die niet over de streep zijn, alsnog overtuigen. Ondernemersvereniging, betrokken wethouders of burgemeester, commissaris van politie, ... allerlei personen kunnen letterlijk en figuurlijk een rol spelen om u hiermee te helpen.

Overtuigen is communiceren. Het is geen eenrichtingsverkeer: het is samenwerken. Inleven in uw doelgroep is de kern.

Tips vooraf

- Bepaal de doelen van het overtuigen.
- Bepaal de doelgroep(en) waarop u zich richt. Verdiept u zich in de kenmerken van juist die ondernemers in juist dit gebied. Stelt u zich de volgende vragen:
 - Gaat het om horeca, detailhandel of om bedrijven op een bedrijventerrein?
 - Hoe lang zitten de ondernemers er al? Is er een hoge mutatiegraad of is er juist veel continuïteit?
 - Grote of kleine bedrijven? Zelfstandigen of franchisers van een keten?
 - Is de ondernemer eigenaar van zijn bedrijfspand of huurt hij het?
- Bepaal per doelgroep het aanbod.
- Bepaal de prijs die er voor het aanbod betaald zal moeten worden. Neem in de prijs ook tijd mee: ook daar is een ondernemer zuinig op.
- Bepaal dus waar (plaats), wanneer (tijd) en door wie het aanbod gedaan zal worden. Dit moet zodanig gebeuren, dat het aantrekkelijk is voor de doelgroep.
 - Plaats: als een ondernemer te ver moet reizen kost het hem te veel tijd. De plaats heeft een praktische functie (centraal, groot genoeg) maar ook een symbolische functie (status van het gebouw, aantrekkelijk gebouw).
 - Tijd: overleg tijdens openingstijden is voor ondernemers meestal minder gunstig dan 's avonds.
 - Persoon: degene die de ondernemers benadert namens de ondernemersvereniging heeft als boegbeeld een belangrijke taak. Of de voorzitter van de ondernemersvereniging op een ondernemer afstapt, een jongste bediende of de burgemeester maakt nogal verschil.
- Bepaal hoe de doelgroep wordt benaderd. Dit kan op velerlei manieren: met een brief, een nieuwsbrief of een persbericht sturen tot persoonlijk langsgaan en een bijeenkomst organiseren. Schat vooraf hoe de doelgroep vermoedelijk zal reageren en kies de manier met het beoogde effect.



3.1 Communicatieplan

Je hebt een boodschap: “we hebben een geweldig project en iedereen moet eraan meedoen”. Hoe brengt u die boodschap onder de aandacht? Begin niet zomaar in het rond te roepen, maar stel vooraf een communicatieplan op. Denk vooraf na over communicatie en over hoe u als organisatie communiceert met deelnemers, met niet-deelnemers en met externe sleutelpartijen (zoals politie, gemeente, brandweer, etc.). De communicatie naar de freeriders toe staat dus niet op zichzelf, maar is onderdeel van een groter plan.

Het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel heeft een communicatie handleiding opgesteld. Daarin staan de volgende stappen:

1 **Maak een perslijst**

Op de perslijst komen allerlei kranten, internetsites en lokale radio en televisiestations mét contactpersoon en post- en mailadres. De gemeentelijke communicatieadviseur kan hier vaak bij helpen.

2 **Benoem een woordvoerder**

Geef naam en adresgegevens van de woordvoerder door aan de pers.

3 **Maak een aantal standaard teksten**

Die teksten kunnen op websites gezet worden en kunnen direct aan de pers of andere geïnteresseerden gegeven worden.

4 **Creëer persmomenten**

Grijp ieder moment aan om het project onder de aandacht te brengen. Nodig bijvoorbeeld bij een schouw of het ondertekenen van een overeenkomst de lokale krant uit.

5 **Overige communicatie**

Maak een website en vraag bijvoorbeeld gemeente, politie, brandweer, ondernemers, HBD en het Regionaal Platform Criminaliteitsbeheersing links naar uw site te maken. Gebruik informatieborden in de wijk. Houd presentaties als de gelegenheid zich daartoe leent.

Meer informatie over de maatregel in het algemeen

Stappenplan Communicatie /Pers op is te vinden op de site

www.winkelcriminaliteit.hbd.nl

Communicatieplan

De Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen (SBBV) heeft communicatie uitgebreid uitgewerkt in de maatregelenmatrix, die in het kader van het KVO project is opgesteld. Zowel de interne als de externe communicatie staan beschreven.

Interne communicatie is de uitwisseling tussen het stichtingsbestuur en gemeente, politie, brandweer en beveiligingsbedrijf. Ook vergaderingen voor het SBBV-bestuur zelf staan erin. In de matrix staat hoe vaak een bepaalde vergadering belegd wordt en welke onderwerpen besproken moeten worden. Dit gaat tot in detail: ook eventueel telefonisch overleg (en voorbeelden van situaties waarin dat nodig is) staat vermeld.

Voor de deelnemers zijn er mondelinge en schriftelijke communicatiemomenten en momenten waarbij e-mail wordt gebruikt. Er zijn lunchvergaderingen (2 tot 4 keer per jaar), eindejaarsbijeenkomsten en bedrijfsbezoeken. Schriftelijk krijgen de leden bericht op het moment dat zij hun jaarlijkse inschrijvingscertificaten krijgen en bij het jaarlijkse informatiebulletin. Tussentijds kunnen zij per post benaderd worden, bijvoorbeeld als een enquête wordt uitgezet of als de stichting een mededeling wil doen. Verder zijn er emailacties naar de leden (bijvoorbeeld om hen te attenderen op een criminaliteitstrend in het gebied) en heeft de SBBV een website.

Het jaarlijkse bulletin en het openbare deel van de website zijn ook voor niet-deelnemers.

Ook heeft de SBBV enkele standaardteksten over:

- het collectieve aanbod van surveillance en alarmopvolging;
- wat de voordelen zijn van deelnemen aan de stichting, vergeleken met standaardcontracten van beveiligingsdiensten.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen (SBBV)
www.sbbvianen.nl

3.2 Bewuste keuze van personen

Personen die zich actief willen inzetten liggen meestal niet voor het oprapen. Maar: hun uitstraling en manier van handelen zijn van onnoemelijk belang.

Een voorzitter die goed bekend is met het terrein en die met zijn gezag een groot gewicht in de schaal legt, is cruciaal voor het 'verkopen' van de collectieve aanpak aan ondernemers die nog twijfelen. Hij/zij:

- heeft uitstraling: u onthoudt het gezicht;
- heeft ervaring met het organiseren van samenwerking;
- is bekend bij de ondernemers;
- wordt gewaardeerd om ervaring, inzicht en vaardigheden.

Een externe procesbegeleider, bijvoorbeeld vanuit de gemeente, kan zeer deskundig zijn maar heeft minder relatie met de ondernemers. Bij voorkeur is de procesbegeleider één van de ondernemers. Gepensioneerde ondernemers zijn vaak zeer gedreven en gewaardeerde trekkers.

Het is makkelijk om een 'boegbeeld' te hebben, bijvoorbeeld de burgemeester, wethouder, voorzitter van de ondernemersvereniging of een stedelijk bekende ondernemer. Schakel als ondernemersvereniging 'boegbeelden' in om ondernemers te overtuigen. Als een 'boegbeeld' eerst nog overtuigd moet worden, denk dan aan de volgende argumenten.

- Het project is niet alleen belangrijk voor de veiligheid van de ondernemers, maar ook voor de veiligheid van bewoners en publiek.
- Een veilig gebied heeft ook een economisch belang, dat verder strekt dan het belang van de individuele ondernemers.

Toepasbaarheid

- Als de vereniging een 'smoel' nodig heeft.

Wat doet een 'boegbeeld' in uw communicatie?

Vianen

In Vianen is de burgemeester voorzitter van de Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen (SBBV). Volgens de directeur van die stichting is zo'n hooggeplaatste voorzitter een groot pluspunt. Het geeft niet alleen aan dat de burgemeester het initiatief steunt en belangrijk vindt: het heeft ook invloed op de gemeentelijke participatie aan het project. Toen de SBBV bijvoorbeeld slagbomen wilde plaatsen, heeft de gemeente subsidie gegeven.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen

www.sbbvianen.nl

's-Gravendeel

De burgemeester van 's-Gravendeel is voorzitter van de stichting Ondernemerskring 's Gravendeel, waar ondernemers, Kamer van Koophandel, gemeente, politie en brandweer in zijn verenigd. Deze burgemeester is heel actief in het tegengaan van freeriders. Hij gaat naar zo'n bedrijf toe, als het moet zelfs vaker dan één keer.



3.3 Persoonlijke benadering van ondernemers

Een collectieve aanpak zonder gemeenschapsgevoel is een zware opgave. De eerste stap op weg naar iets gezamenlijks is dan ook het kennismaken. Organiseer een maandelijkse borrel, maak een krantje waarin bedrijven zich voorstellen, zet bij mooi weer een barbecue op het plein en laat mensen elkaar ontmoeten.

Ga bij ondernemers die zich nieuw hebben gevestigd persoonlijk langs en vertel over het project.

Handig is een soort intermediair, die noch aangesloten is bij de ondernemers noch bij de overheid. De onafhankelijke persoon kan alle partijen benaderen vanuit deze onafhankelijke positie.

Toepasbaarheid

Het inschakelen van een intermediair kan op vrijwillige basis of via gemeente en ondernemersvereniging en heeft zijn succes vooral bewezen bij winkelgebieden.

Geef uw initiatief een gezicht!

Intermediair in de Haarlemmerbuurt

Nel de Jager is in de Haarlemmerbuurt in Amsterdam intermediair tussen ondernemers en overheid. Zij besteedt een groot deel van haar tijd aan het praten met ondernemers. Vaak gaat het over de nieuwste ontwikkelingen en plannen. Ze praat ook regelmatig met ondernemers die geen lid zijn van de winkeliersvereniging. Ze probeert ondernemers te overtuigen van het belang van een collectieve organisatie: als het ergens leuk is, vraagt ze aan de ondernemers, 'hoe denk je dat dat komt?' en 'wat is jouw aandeel hierin?' Dat het leuk is in een winkelstraat heeft te maken met de gezamenlijke inzet, dat weet ze heel stellig over te brengen. Zowel gemeente als ondernemers dragen eraan bij.

Het is niet alleen belangrijk dat de partijen Nel de Jager kennen: ze moeten ook elkaar kennen en weten te vinden. De communicatie tussen ondernemers, gemeente, politie, brandweer en eventueel bewonersverenigingen is essentieel voor het goede functioneren van een winkelgebied. Dit is vooral belangrijk als er plannen zijn voor de herstructurering of verbouwing, zoals in de Haarlemmerbuurt het geval is.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

www.haarlemmerbuurt.com

Persoonlijke benadering in 's-Gravendeel

Ondernemers op bedrijventerreinen in Vianen en 's-Gravendeel worden heel actief benaderd door de Ondernemerskring. In 's-Gravendeel zijn alle ondernemers bezocht door vertegenwoordigers van de Ondernemerskring, toen eenmaal het plan voor de collectieve beveiliging en de kosten per ondernemer bekend waren. De persoonlijke benadering is, volgens de voorzitter, heel belangrijk geweest voor de hoge deelnemersgraad: die is bijna 100%.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

Ondernemerskring 's-Gravendeel

3.4 Nieuwsbrief

Communicatie intern en extern is van cruciaal belang. Een nieuwsbrief is een makkelijke manier om informatie over te dragen. Voorbeelden voor geslaagde nieuwsbrieven zijn er legio. Een nieuwsbrief hoeft niet heel 'glossy' te zijn: een geniet zwart-wit exemplaar doet het ook goed. Neem wel foto's en ander visueel materiaal op. En vergeet ook de digitale nieuwsbrief niet.

Pols regelmatig bij de ondernemers of ze de nieuwsbrief lezen en of ze tips hebben voor inhoud en vormgeving.

Een nieuwsbrief moet minimaal de volgende vaste ingrediënten hebben:

- colofon met schrijver, redactie en contactgegevens;
- bon om in te schrijven bij de ondernemersvereniging of voor de collectieve beveiliging;
- informatie over de vereniging.

Verdere mogelijke invulling:

- artikelen over diverse onderwerpen die te maken hebben met veiligheid maar ook met het gebied of leden;
- tips van politie en brandweer;
- een (nieuw) lid stelt zich voor;
- artikel over een evenement in het gebied;
- bespreken van een beveiligingsmaatregel;
- financiële informatie over de stichting;
- advertenties;
- argumenten voor collectief beveiligen (de noodzaak laten zien);
- ontwikkelingen op andere terreinen en gebieden;
- inzicht geven in de bijdrage van diverse partijen;
- deelnemerslijst;
- de resultaten van de aanpak laten zien.

Bezorg de nieuwsbrief ook bij ondernemers die niet aan het project meedoen. Als de nieuwsbrief een verhaal vertelt dat de meeliftende ondernemer aanspreekt, sluit hij zich misschien alsnog aan.

Hoe zorg ik dat mijn project steeds in beeld blijft?

De Dienst Stadcentrum Almere geeft de nieuwsbrief 'Veilig Stadshart Almere' uit. Deze wordt door 90% van de ondernemers gelezen. In de editie van november 2005 komen o.a. aan bod: de voortgang van de projecten, de veiligheidsaanpak in het winkelgebied en in het uitgaansgebied, waarom het belangrijk is aangifte te doen, aangiftecijfers, zakkenrollerij en fietsendiefstal, wat het resultaat is van de schouw in het openbaar gebied, informatie over het collectief winkelverbod en de meest markante horecaondernemer Flevoland 2005.

De toon van deze nieuwsbrief is heel positief en enthousiast. "Trots kunnen we melden dat zakkenrollerij in het Stadshart Almere niet is gestegen en dat fietsendiefstal fors is gedaald."

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

Gemeente Almere, Dienst Stadscntum Almere, www.almere.nl

Veilig Stadshart Almere

Gemeente Almere

POLITIE Almere

BRANDWEER

OVSA

Belangenvereniging van eigenaren

conneXion

KEURMERK VEILIG ONDERNEMEN

Stadshart Almere

Geachte Ondernemer,

Voor u ligt alweer het 8e nummer van Veilig Stadscntum Almere. In deze editie besteden we onder andere aandacht aan de politieke campagne: Doe altijd aangifte! Ook onderzoek naar derving en hulpmiddelen om dit tegen te gaan komen aan bod. Tenslotte kunnen we melden dat zakkenrollerij in het Stadshart Almere niet is gestegen en dat fietsendiefstal fors is gedaald. Meer informatie ook in deze nieuwsbrief over collectief winkelverbod en de resultaten uit de schouw openbaar gebied. Ook de prijsuitreiking van de meest markante horecaondernemer is een niet ontgaat.

Heeft u suggesties of onderwerpen die goed in deze nieuwsbrief passen, laat het dan weten.

Voortgang project KVO en KVV

Rondom het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) en Veilig Uitgaan (KVV) heeft u mogelijk de laatste tijd niet veel vernomen. Dat wil niet zeggen dat deze succesvolle projecten, afkomstig van de ministeries van Justitie en VZK, in het Stadshart stil liggen. Het tegendeel is waar! Zowel voor het project KVO als voor KVV is inmiddels een plan van aanpak voor 2006 gemaakt. Hierin staan alle actiepunten beschreven die de veiligheid in het Stadshart verder kunnen vergroten. Alleen is er een terughoudendheid naar alle veiligheidsaspecten die lopen, en dat rijkt er veel. Vervolgens is gekozen wat er nog opgepakt moet worden, zowel op korte als op lange termijn. Hierover kunnen de beleidsgroepen KVO en KVV bij elkaar om over deze plannen van aanpak te beslissen. Tenslotte de besluitvorming zoveel mogelijk te versnellen, zullen afzonderlijke werkgroepen de beleidsgroep schriftelijk adviseren bij de verschillende activiteiten.

8. November 2005

Doe altijd aangifte!

Is er iets gestolen? Uw winkelruimte vernield? Graffiti op uw poort? Hoe groot of klein het ook is, doe altijd aangifte! De Politie Flevoland kunt u eenvoudig, snel en op verschillende manieren aangifte doen: aan het bureau, op afspraak of digitaal...

Uit onderzoek blijkt dat mensen vooral geen aangifte doen omdat ze denken dat het toch geen zin heeft of omdat zij het niet zo belangrijk vinden. Het tegendeel is waar. Het is juist heel belangrijk dat u aangifte doet wanneer u gedupeerde bent van een strafbaar feit of een overval. Met een aangifte vraagt u de politie een onderzoek te doen. Daarmee wordt de kans dat de dader snel wordt gepakt een stuk groter en kunt u voorkomen dat nog meer ondernemers slachtoffer worden.

Doe aangifte en u helpt Almere veiliger te maken. Want als de politie van niets weet, kan ze het ook niet oplossen. Hoe meer aangifte hoe beter de politie weet waar er problemen zijn hoe meer ze te weten komt over de daders. Daarop kan ze haar beleid afstemmen, mensen inzetten en andere instanties zoals de gemeente van advies voorzien. Doe u geen aangifte, dan belooft u de misdaad. Politie Flevoland doet er alles aan om het u zo gemakkelijk mogelijk te maken. U kunt tegenwoordig kiezen uit verschillende manieren van aangifte doen.

Wat u het prettigste vindt: Digitaal: www.politie.nl/flevoland dit kan voor kleine misdrijven waarbij niets bekend is de dader. Schriftelijk via het landelijk standaard formulier voor winkeldiefstal.

Meer informatie?
Dienst Stadscntum Almere
Richard Teldersman
Saskia Wijnroek

T 016 539 95 64
E rteldersman@almere.nl
E swijnroek@almere.nl

Een uitgave van de gemeenteraad conform artikel 17, lid 2, van de Wet op de Openbare Orde en de Bestuurlijke Samenwerking

3.5 Deelnemers herkenbaar maken

Participeren moet niet alleen voor de ondernemer zelf merkbaar zijn. Laat het ook aan anderen zien.

Plaats borden bij de deelnemers (“ik doe mee aan collectieve beveiliging”), plak een sticker op de deur, gebruik de mooie nieuwe collectieve bewegwijzering (maar alleen om de route naar deelnemers te wijzen!).

Laat aan buitenstaanders zien welke bedrijven wel en welke niet actief bezig zijn met veiligheid. Dat draagt bij aan het imago van de deelnemers en laat zien dat niet-deelnemers uit de toon vallen.

Omdat bedrijven die niet deelnemen ook herkenbaar zijn voor inbrekers en andere dadergroepen, betekent dat voor hen een extra veiligheidsrisico.

Pas op: hier waakt...

Bedrijven in Vianen, die lid zijn van de Stichting Beveiliging Bedrijventerreinen Vianen, zijn herkenbaar door middel van een sticker. Iedere nieuwe deelnemer krijgt een hoofdsticker, waar vervolgens ieder nieuw jaar een jaarsticker bijgeplakt wordt.

Op de stickers staat, behalve de naam van de stichting, ook het logo van de politie en van het beveiligingsbedrijf: Securitas. Ondernemers laten met deze sticker zien dat ze meedoen aan de collectieve beveiliging. Het is de bedoeling dat potentiële daders daardoor worden afgeschrikt.

Sticker op de deur of aan de poort van leden. De sticker met het jaartal is een aparte sticker, die plakken de leden per jaar erop.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen (SBBV), www.sbbvianen.nl



3.6 Korting door collectieve inkoop

Collectieve beveiliging kan gekoppeld worden aan het deelnemen aan extra voordelen, zoals gezamenlijke inkoop van goederen en diensten. Door deze gezamenlijke inkoop kan aanzienlijke korting bedongen worden en daarmee wordt deelnemen extra aantrekkelijk.

De ondernemersvereniging sluit daartoe raamcontracten af met aanbieders. Die aanbieders leveren tegen gereduceerd tarief en/of betalen de vereniging een commissie al naar gelang de afname.

Voorbeeld collectieve inkoop en activiteiten:

- busje laten rijden van en naar halte openbaar vervoer voor alle werknemers van aangesloten ondernemers;
- papier, schrijfwaren, agenda's, printercartridges, koffie;
- inzameling van afval en oud papier;
- telefonie;
- energie;
- gezamenlijk adverteren;
- advies bij het opstellen van een beveiligingsconcept voor individuele vestigingen;
- security-lease (het leasen van beveiligingsmiddelen);
- coaching (ondernemers coachen minder ervaren collega-ondernemers).

Toepasbaarheid

Als ondernemers behoefte hebben aan dezelfde goederen of diensten.

Korting door collectieve inkoop

Bedrijventerrein Schaapsloop in Valkenswaard

In Valkenswaard is het Schaapsloopcollectief, dat aan meerdere bedrijven-terreinen in de regio centraal ingekochte producten en diensten aanbiedt. Ondernemers die zich bij het collectief hebben aangesloten kunnen goedkoper hun inbraak- en brandbeveiliging, stroom, telefonie, afvalverwijdering en kantoorartikelen inkopen. Ook kunnen ze goedkoper een klussenbedrijf inschakelen, hun tuin laten onderhouden, hun gevel en ramen laten schoonmaken, advies inwinnen voor zakenreizen, en advies inwinnen voor vergunningen en het aanvragen van milieusubsidie. Daarnaast worden personeelsgerelateerde diensten aangeboden: arbo-zaken (arbo-arts en reïntegratiemanager), personeelswerving, opleidingen, etc.

De deelnemers besparen samen in totaal enkele miljoenen euro's per jaar. Kortingen van 10 tot 25% zijn haalbaar.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

www.schaapsloop.nl

Utrecht

In de gemeente Utrecht is een stichting 'Bundel' actief, die goederen en diensten collectief inkoopt voor ondernemingen in heel Utrecht; dat loopt van pakken koffie tot brandblussers.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

www.bundel.nl

3.7 Introductieprijs

De hoogte van de bijdrage kan een belemmering zijn om in te stappen, ook als de kosten op zich wel eerlijk verdeeld worden. Zeker als nog niet duidelijk is wat het precies op zal brengen voor de ondernemer. Een lage introductieprijs verlaagt dan de drempel.

Een nieuw lid betaalt voor het eerste jaar dat hij meedoet een bedrag dat lager is dan het reguliere lidmaatschapsgeld; blijft hij daarna meedoen, dan stijgt zijn bijdrage naar het normale tarief.

Voor de ondernemersvereniging betekent een lage introductieprijs hogere inkomsten. Immers: als een ondernemer niet lid wordt had hij helemaal niets betaald. Beter iets dan niets.

Risico van een lage introductieprijs is echter wel, dat bestaande leden ontevreden kunnen worden. Zij betalen namelijk nog het normale (hoge) tarief. Om te voorkomen dat aangesloten leden afhaken is secure communicatie met hen een must. Als bestaande leden een hogere prijs blijven betalen, moet dat goed uitgelegd worden.

Waarschijnlijker is echter dat zich steeds meer ondernemers aansluiten en dat de prijs per deelnemer steeds lager wordt.

Hoe lok ik nieuwe leden?

Voorbeeld: een gebied met 20 ondernemers.

Tien doen er het eerste jaar al mee en betalen de volle prijs. Het 2e jaar komen daar 3 leden bij die in het 1e jaar dat zij meedoen de introductieprijs betalen (50% korting op het normale tarief). Het 3e jaar sluiten zich nog eens 3 leden aan, ook met korting. U ziet het project voor de ondernemers die vanaf het eerste uur meededen steeds goedkoper worden.

lid	bijdrage jaar 1	bijdrage jaar 2	bijdrage jaar 3
A	1.000	850	650
B	1.000	850	650
C	1.000	850	650
D	1.000	850	650
E	1.000	850	650
F	1.000	850	650
G	1.000	850	650
H	1.000	850	650
I	1.000	850	650
J	1.000	850	650
K	-	500	650
L	-	500	650
M	-	500	650
N	-	-	500
O	-	-	500
P	-	-	500
Q	-	-	-
R	-	-	-
S	-	-	-
T	-	-	-
Totaal	10.000	10.000	10.000

Noord-Holland Noord

De Stichting Veiligheidszorg Noord-Holland Noord trekt nieuwe deelnemers door hen deelname voor een zeer voordelige prijs (onder de geldende prijs) aan te bieden. Degene die al lid zijn blijven hetzelfde betalen. De bestaande leden moeten hierover goed geïnformeerd worden: dat deze maatregel kan resulteren in een uiteindelijk collectief lager tarief. Na een jaar wordt namelijk bekeken of het ledenaantal dusdanig is gegroeid, dat iedereen lagere kosten kan gaan betalen. Vanuit de vereniging is het voordeel van deze constructie, dat nieuwe leden in de praktijk de voordelen van collectiviteit kunnen ervaren, hopelijk met een langduriger lidmaatschap tot gevolg.

Meer informatie over het praktijkvoorbeeld

Stichting Veiligheidszorg Noord-Holland Noord,
www.stichtingveiligheidszorg-nhn.nl

Checklist maatregelen om meelifters over de streep te trekken

In deze checklist vindt u alle maatregelen uit de handleiding. U kunt de bij uw situatie passende maatregelen tijdens het lezen van de handleiding aanvinken.

Na het lezen van de laatste pagina heeft u al de basis voor een plan van aanpak in handen.

Paragraaf	Maatregel	Voorkeur
<i>Aanbod afstemmen op de vraag</i>		
1.1	Balans opmaken	
1.2	Zet de problemen voor het hele gebied op een rij	
1.3	Maatregelen kiezen	
1.4	Samen een plan van aanpak maken voor het hele gebied	
1.5	Evaluëren	
bijlage 1	Aandacht voor de individuele vestiging	
<i>Kostenverdeling</i>		
2.1	Kiezen voor een gedetailleerde verdeelsleutel	
2.2	Kiezen voor een simpele verdeelsleutel	
2.3	Betaling surveillance naar gebruik	
2.4	Gedeeltelijke betaling in natura	
<i>Overtuigen</i>		
3.1	Communicatieplan	
3.2	Bewuste keuze van personen	
3.3	Persoonlijke benadering van ondernemers	
3.4	Nieuwsbrief	
3.5	Deelnemers herkenbaar maken	
3.6	Korting door collectieve inkoop	
3.7	Introductieprijs	

Bijlagen

Bijlage 1 t/m 8

Eerst de individuele vestiging

Soms ligt de kern van het veiligheidsprobleem bij één of enkele ondernemingen. Die vestigingen, met bijvoorbeeld veel inbraak, diefstal of vernieling, kunnen een negatieve uitstraling hebben op het hele gebied.

Uit de vragenlijst ‘waar moet ik beginnen?’ blijkt dat een individuele aanpak dan de juiste weg is. Mogelijk kunt u de veiligheid ook collectief én individueel verbeteren. Afhankelijk van de situatie in de openbare ruimte wordt gekozen: óf ook een collectieve aanpak starten, óf het openbare domein tot nader order laten voor wat het is. In beide gevallen kunt u de stappen hieronder volgen.

Zet de problemen voor de individuele vestiging op een rij

Uiteraard wordt de ondernemer van de vestiging niet aan zijn lot overgelaten met zijn problemen. Essentieel is een goed advies, bij voorkeur door de ondernemersvereniging, een oud-ondernemer, de politie of de gemeente. Dit advies wordt tijdens een gesprek gegeven, waarbij eerst een probleemanalyse voor de vestiging wordt gemaakt. Net zoals bij de probleemanalyse van het hele gebied is ook hier het inwinnen van informatie uit verschillende bronnen nodig. Uiteraard vertelt de ondernemer zelf wat er aan de hand is, mogelijk heeft hij/zij een registratie van incidenten bijgehouden, en verder wordt de politie bij de analyse betrokken als leverancier van (inbraak)gegevens. Als er sprake is van brandstichting moet bovendien de brandweer er bij worden betrokken.

Haal door wat niet van toepassing is en vul aan wat ontbreekt.

Om wat voor problemen gaat het?	overval, inbraak, bedreiging, diefstal, agressie, andere namelijk...
Hoe vaak komen problemen voor?	twee keer per dag – eens per jaar, er tussenin, namelijk...
Wanneer ?	tijdens opening – na sluiting, eind of begin van de week, ochtend – middag – avond – nacht, bij droog weer – bij regen, tijdens de schoolvakanties, anders namelijk...
Wat is de ernst van deze delicten?	impact op bedrijfsresultaten, op personeel, collega-ondernemers, omwonenden, anderen namelijk...
Waar worden de delicten gepleegd?	bij de kassa, in de kleedkamers, magazijn, etalage, terrein, in- en uitrit, anders namelijk...

Maatregelen kiezen

Kies uit de lijst in paragraaf 1.3 de oplossing die bij het probleem van de specifieke vestiging past. In bijlage 2 vindt u die lijst in handige checklist-vorm (rechterkolom).

Plan van aanpak

Om de veiligheid van de individuele vestiging te verbeteren, maakt u een plan van aanpak. Doe dat niet alleen maar samen met de ondernemersvereniging, een oud-ondernemer, de politie of de gemeente. Als er sprake is van brandstichting of brandonveiligheid moet u ook de brandweer betrekken.

U vult de gekozen maatregelen in de tabel bij paragraaf 1.4 in.

Doelstellingen

Houdt u zich, wanneer u uw doelstellingen voor het plan van aanpak kiest, zo veel mogelijk aan de zogenaamde SMART-criteria (zie paragraaf 1.4).

Vervolgens worden aan de doelen concrete maatregelen gekoppeld. Stel daarbij de volgende vragen:

- Zijn er al maatregelen genomen (bijvoorbeeld camerabewaking, poortjes, kluis, stil alarm, verbetering inbraakwerendheid deuren)?
- Zo ja, wat werd door de maatregelen bereikt (bijvoorbeeld daderherkenning, vertraging inbraak, geen buit gemaakt)?
- Welke maatregelen zijn extra nodig?

Checklist maatregelen

	Probleem	Collectieve aanpak	Vestigingsgerichte aanpak
1	diefstallen tijdens openingsuren N.B. altijd met vestigingsgericht beginnen	aangiftebereidheid	regelmatige tassencontrole
		daderanalyse	detectiepoortjes
		surveillance	afscherming (indeling in zones die niet voor publiek of (alle) personeel toegankelijk zijn)
		opsporing	buitreductie
		vervolgning	overzichtelijke inrichting
		schadeverhaal	camera's
			reguleren looproute voor publiek
2	diefstallen/inbraken buiten openingsuren	terreinafsluiting	hekwerk
		bewaakte toegang	hang- en sluitwerk
		surveillance	veiligheidsbeglazing
		camerabewaking openbaar gebied	reductie opklimmogelijkheden
			buitreductie
			separatie
			kluis
			evenwichtige mix OBE-maatregelen.
3	vandalisme		Indien werkwijze 'ramkraak' veel voorkomt: specifieke maatregelen
		camerabewaking openbaar gebied	materiaalkeuze
		surveillance	intensief beheer
		sociale controle verbeteren	camera's
		uitstraling	verlichting gevels
4	overlast, hangeugd N.B. altijd met collectieve aanpak beginnen: overleg met burens en betrokken instanties	intensief beheer	afschermende beplanting
		sociale controle	training personeel
		opvangvoorzieningen	huisregels voor winkelontzegging
		informatievoorziening politie	samenwerking wijkpolitie
		surveillance	
		opsporing	
		ontzegging	
		vervolgning	
		afschermen nissen	
		aanpakken zitgelegenheden	

5	overvallen, bedreiging, afpersing N.B. projectmatige aanpak voor groter gebied meest effectief.	informatievoorziening politie	buitreductie
		intensivering opsporing en vervolging	separatie
		burenbel	alarmering
			kluis
			waardetransport
			camera's
			training personeel
6	brandstichting N.B. indien pyroomaan of bende actief is beginnen met collectieve aanpak.	aangiftebereidheid	brandbaar afval afvoeren of afschermen
			brandvertragende materialen en constructies
			camera met opvolging
7	autocriminaliteit	verlichting op parkeerplaatsen	eigen parkeerplaats met slagboom of beugels
		borden' buit eruit'	verlichting
		surveillance	camera's
		controle en voorlichting	voorlichting personeel
		bewaakte parkeerplaatsen	
8	fietsendiefstal N.B. projectmatige aanpak voor groter gebied meest effectief	bewaakte fietsparkeervoorzieningen	reguleren fietsparkeren d.m.v. aanwijzen fietsparkeerplaatsen op zichtbare plekken
		verlichting	verlichting
		veilige klemmen en beugels	voorlichting personeel
		stalling op zichtbare plekken	
		sociale controle	
		surveillance	
9	publieksveiligheid (zakkenrollerij, onveiligheidsgevoelens, overlast)	overzichtelijk	camera's met opvolging
		goede verlichting	voorlichting
10	drugshandel en gebruik	burenbel	camera's
		sociale controle	voorlichting
		opvangvoorzieningen	schoonhouden
		informatievoorziening politie	
		surveillance	
		opsporing	
		ontzegging	
		vervolging	
		afschermen nissen	
		aanpakken zitgelegenheden	
		speciale politieacties gericht op de handelaar (dealer)	

Bijlage 3

Gedetailleerde verdeelsleutel

Een voorbeeld voor een kostenverdeelsleutel collectieve beveiliging

Terreinoppervlakte: aantal m2 per pand	
< 1500 m2	1 pt
- 1500 m2 – 3000 m2	3 pt
- 3000 m2 – 6000 m2	7 pt
> 6000 m2	10 pt
Aantal personeelsleden	
1 - 10	1 pt
10 - 20	2 pt
20 - 50	3 pt
50 - 100	4 pt
100 - 200	5 pt
200 - 500	6 pt
500 - 1000	7 pt
> - 1000	8 pt
Waarde goederen en inventaris (incl. machines)	
< € 25.000	2 pt
€ 25.000 - 50.000	4 pt
€ 50.000 - 75.000	5 pt
€ 75.000 - 125.000	6 pt
€ 125.000 - 250.000	7 pt
€ 250.000 - 500.000	9 pt
> € 500.000	11 pt
Attractiviteit van goederen en inventaris	
- matig	2 pt
- middelmatig	6 pt
- groot	9 pt
Subtotaal aantal punten	

Bonuspunten	
Goed hang- en sluitwerk	1 bonuspunt
Inbraakdetectie, gedeeltelijk	2 bonuspunten
Inbraakdetectie, totale pand	3 bonuspunten
Terreindetectie (in combinatie met inbraakdetectie)	4 bonuspunten
Inbraakdetectie (in combinatie met compartimentering vitale ruimten)	5 bonuspunten
Woning bij bedrijf	5 bonuspunten
Permanente mensbewaking	6 bonuspunten
Subtotaal aantal punten	
Aantal bonuspunten (in mindering brengen)	
Totaal aantal punten	

U kunt besluiten om per bedrijf bonuspunten te verrekenen voor de preventieve inspanningen en beveiligingsmaatregelen die genomen zijn. Bonuspunten worden in mindering gebracht op het totaal van risicopunten. Optioneel: er kan maar eenmaal aanspraak gemaakt worden op een van de zeven bonussen.

Bijlage 4

Tabellen 'Kosten' en 'Opbrengsten'

Kosten per jaar

kostensoort	bedrag per jaar	deel natura?	wie
Beveiligingsbedrijf			
Secretariaat			
Drukwerk			
Vergaderaccommodatie			
Publiciteit			
Reis- en verblijfkosten			
Totaal			

Opbrengsten per jaar

deelnemers	verdeling totale kosten (A)	betaling natura (B)	betaling geld (C)	totaal (B+C) moet A zijn
A				
B				
C				
D				
E				
Totaal				

Begeleidingscommissie

Els Prins
MKB-Nederland

Geo Aldershof
VNO-NCW

Hans Ziekenoppasser
Ministerie van Economische Zaken

Roy Wildemors
Ministerie van Justitie

Instrumenten en literatuur

Aanpak Urgente Bedrijvenlocaties, Het CCV, 2006

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Checklist Veilig Ondernemen, het CCV, 2000

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Convenant aanpak winkelcriminaliteit II, nog steviger aanpak nodig, het CCV, 2005.

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Crul, Het digitale hekwerk van 's-Gravendeel, in: VNG-magazine, 4 februari 2005.

Te vinden op de site www.cnieuropen.nl

Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, stappenplan communicatie en pers

Te vinden op de site winkelcriminaliteit.hbd.nl

Handboek voor het Keurmerk Veilig Ondernemen voor bestaande bedrijven-terreinen (KVO-B), CCV, 2003

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Handboek voor het Keurmerk Veilig Ondernemen voor bestaande winkelgebieden (KVO-B), CCV, 2003

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Keurmerk Veilig Ondernemen, winkelgebieden nieuwbouw, het CCV, 2005

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Kosten Analyse Security (KAS), het CCV, 2000

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Kostenprognosemodel KVO, het CCV, 2000

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Ministerie van Economische Zaken, SenterNovem, Parkmanagement, Kwaliteit wint terrein, ... en hoe financieren we dat? Zes voorbeelden van de financiële aanpak van parkmanagement op bedrijventerreinen, 2004.

Ministerie van Justitie, Expertisecentrum Rechtshandhaving, Risicomatrix Prioriteren op basis van risico-inschatting, derde conceptversie 8 oktober 2003.

Ministerie van Vrom, Kosten in Beeld, de kosten verdeeld, Een afsprakenkader voor kostenverdeling bij herstructureringsopgaven.

Modelconvenant KVO winkelgebieden, Convenant in zake Veilig Ondernemen in XXX, het CCV, 2002

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Ontwikkelingsmaatschappij Oost-Nederland, Provincie Gelderland, Draaiboek Parkmanagement, Beveiliging, 2005.

Stappenplan KVO winkelgebieden, het CCV, 2000

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Starterspakket Keurmerk Veilig Ondernemen voor individuele (winkel)bedrijven, Criminaliteitsbeheersing Twente

Te vinden op de site www.rpctwente.nl

Stichting Veiligheidszorg Noord-Holland Noord,
www.stichtingveiligheidszorg-nhn.nl

Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen, e: info@sbbvianen.nl
www.sbbvianen.nl

Voorbeeldenquête KVO winkelgebieden: o-meting veiligheid winkelgebieden, het CCV, 2000

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Veilig ondernemen, Veilig aan de slag voor leefbaarheid en lokale economie, het CCV, 2005

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Veiligheidsplan

Te vinden op de site www.horeca.nl/veiligheidsplan

Wegwijzer Winkelcriminaliteit, Het CCV, 2004

Te vinden op de site www.hetccv.nl

Organisaties

Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid (CCV)

Postbus 14069

3508 SC Utrecht

www.hetccv.nl

Hoofdbedrijfsschap Detailhandel (HBD)

Postbus 90703

2509 LS Den Haag

www.hbd.nl

Kamer van Koophandel Nederland

Watermolenlaan 1

Postbus 265

3440 AG Woerden

www.kvk.nl

Koninklijke Vereniging MKB-Nederland

Postbus 5096

2600 GB Delft

www.mkb.nl

Landelijk Bureau Slachtofferhulp

Minnebroederstraat 23

3512 GS Utrecht

www.slachtofferhulp.nl

Ministerie van Economische Zaken

Bezuidenhoutseweg 20

Postbus 20101

2500 EC Den Haag

www.minez.nl

Ministerie van Justitie

Directie Sanctie- en Preventiebeleid

Postbus 20301

2500 EH Den Haag

www.minjus.nl

Ondernemingskring 's-Gravendeel

Postbus 5104

3295 ZG 's-Gravendeel

Tel. 078-6739400

Ondernemers Platform Steenberg (OPS)
Gemeente 's-Gravendeel
www.opsinfo.nl

VNO-NCW
Postbus 93002
2509 AA Den Haag
www.vno-ncw.nl

Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen
Postbus 273
4130 EG Vianen
www.sbbvianen.nl

Stichting Bundel
Postbus 40382
3504 AD Utrecht
www.bundel.nl

Stichting Criminaliteitsbeheersing Twente
Postbus 14
7500 AA Enschede
www.rpctwente.nl

Stichting Veiligheidszorg Noord-Holland Noord
Nijverheidsstraat 2
1704 RA Heerhugowaard

Vereniging Collectieve Beveiliging Bedrijventerreinen (VCBB)
Postbus 1619
6501 BP Nijmegen
www.vcbb.nl

Adresgegevens deskundigen

naam	functie	organisatie	mailadres, telefoon
Adriaansen, Peter	projectleider	Ondernemers Platform Steenberg (OPS), gemeente 's-Gravendeel	peteradriaansen@home.nl 06-41228257 06-51349815
Beoletto, Hans	voorzitter, penningmeester	Vereniging Collectieve Beveiliging Bedrijventerreinen (VCBB)	024-3221581
Draak, Charles	voorzitter	ondernemingskring 's-Gravendeel	info@hoekschewaard.rabobank.nl 078-6739400
Groot, Rein	medewerker	Politie Noord-Holland Noord, regiobureau Veiligheid	rein.groot@noord-holland.politie.nl 072-5769773
Grunberg, Leo	directeur	Polyground	leo.grunberg@polyground.nl 040-2968844
Haan, Rodney	medewerker programma's	CCV	rodney.haan@hetccv.nl 030 - 751 6733
Hattum, Theo van	secretaris	RPC (Regionaal platform criminaliteitsbeheersing) Zuidoost-Brabant	thattum@eindhoven.kvk.nl 040-232 39 36 06-215 474 63
Jager, Nel de	winkelstraatmanagement Am-sterdam	freelance intermediair en bedrijfsadviseur	redactie@haarlemmerbuurt.com 020-5810315 of 06-55368601
Kaptein, Hendrik-Jan	beleidsadviseur	Hoofd Bedrijfshandel Bedrijvenschap (HBD)	h.kaptein@hbd.nl 070-3385600
Koster, Annet	coördinator KVO-B	MKB-Nederland	a.koster@mkb.nl 015-2191212
Kooreman, Jan	projectleider	winkeliersvereniging Crabbehof Dordrecht	078-6176614 06-20018732
Meijer, Jan	adviseur winkel-criminaliteit	Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD)	- 070-3385 613
Oord, Ruud	adviseur	Adviser Integrity & Security Affairs	rkoord@zonnet.nl 06-46476928
Os, Arie van	adviseur	Van Os/Partners B.V.	info@crimi.nl 033-4551765 06-51624707

Roordink, Han	projectleider	Politie Twente, District Zuid Twente, Stichting Criminaliteitsbeheersing Twente	han.roordink@twente.politie.nl info@rpctwente.nl 053-4555340
Telderman, Richard	coördinator KVVO en KVVU	gemeente Almere, Dienst Stadscentrum Almere	rtelderman@zeeland.nl 036-5399427
Vogelpoel- Altziebler, M.	directeur	Stichting Beveiliging Bedrijventerrein Vianen (SBBV)	av@vogelpoelvianen.nl 0347-351770 06-51608280
Verberne, Johan	directeur	Stichting Veiligheidszorg Noord Holland Noord	veiligheidszorg@hetnet.nl 072-5747637 06-10913208

Colofon

Uitgave

MKB-Nederland, VNO-NCW, Ministerie van Economische Zaken, Ministerie van Justitie,

Concept en ontwerp

VormVijf, Den Haag

Druk

DeltaHage bv, Den Haag

April 2007

