

De klant is koning? Aan de zelfscankassa bent u bij voorbaat verdacht



Door [Menno Tamminga](#) - 6 maart 2024
Geplaatst in [Criminaliteit](#) - [Supermarkt](#) - [Zelfscan](#)

Je staat er als klant niet steeds bij stil als je door de paden loopt en de aanbiedingen in de schappen ziet glanzen, maar in de supermarkt is een heimelijke wapenwedloop uitgebroken. Een nogal eenzijdige wapenwedloop, bovendien. De supermarkten bewapenen zich op steeds meer manieren. Tegen u. Tegen hun klanten.

Dacht u dat de supermarkt u graag ziet komen? Dat u als klant nog steeds de koning bent? De verhoudingen zijn radicaal gewijzigd. De supermarkt beschouwt u als een potentieel gevaar. Een potentiële winkeldief. Iemand die maar beter beloerd kan worden. Kijkt u daarom maar niet te veel om u heen waar de camera's hangen die uw gedrag volgen, want voor u het weet wekt dát juist weer verdenking dat u snode plannen hebt.

Winkel maakt het de potentiële dief gemakkelijker

Supermarkten en andere winkels hebben op grote schaal zelfscankassa's opgesteld, maar de afgelopen tijd zijn ze erachter gekomen wat de nadelen zijn. Je hebt klanten, en kennelijk zelfs steeds meer klanten, die bij de zelfscankassa hun eigen 'aanbiedingen' produceren door een of meer producten niet af te rekenen. Zoals een man in een straatinterview in tv-programma *Kassa* laatst zei over de zelfscankassa's: 'Makkelijk, zeker als je te weinig geld hebt.'

De wapenwedloop is er natuurlijk altijd al geweest. Sinds er winkels zijn, zijn er winkeldieven. Sinds er winkeldieven zijn, probeert de eigenaar zijn waren en zijn inkomsten te beschermen. Maar nieuw is

De klant is koning? Aan de zelfscankassa bent u bij voorbaat verdacht

dat de winkelier zélf de technologie heeft geleverd in de vorm van zelfscankassa's, die het de potentiële dief wat gemakkelijker maken.

Daar dringt zich een parallel op met andere sectoren, zoals banken. Meer zelf doen. Meer technologie. Meer anonimiteit. Minder service. Meer controle. Meer verdenkingen, want elke klant is een potentiële witwasser of heeft zijn vermogen niet netjes verkregen.

De wapenwedloop in de winkel is geen geheim meer sinds topman Ton van Veen van Jumbo eerder dit jaar een concreet getal gaf over de kosten van winkeldiefstal. Het kost Jumbo, na Albert Heijn de grootste supermarkt in Nederland, 1 procent van zijn omzet. Dat telt op tot een verlies van ongeveer 100 miljoen euro per jaar.

Gemak wordt ongemak

'Grijze derving' noemt Jumbo de winkeldiefstalverliezen in zijn onlangs verschenen jaarverslag. Dat is het soort van verhullend taalgebruik dat buitenstaanders op het verkeerde been zet. Want hoe serieus is het, voor je personeel, voor je omzet, voor je reputatie, als je kennelijk het probleem niet expliciet wilt benoemen? Maar zo verhullend als de terminologie, zo verhullend zijn ook de maatregelen. Meer camera's. Meer 'slimme' camera's die het gedrag van klanten bekijken. Worden er al bewakers ingezet die zich als klanten voordoen, maar winkeldieven proberen te betrappen?

Afgezien van elektronica en undercover-personeel zijn er ook de simpele maatregelen. Een daarvan kwam afgelopen week in het AD in het nieuws. In enkele filialen wordt geëxperimenteerd met een limiet op het aantal producten dat je mag afrekenen bij een zelfscankassa. Vijftien is het maximum. Zo wordt gemak weer ongemak.

Topje van de ijsberg

De toename van de populariteit van de zelfscankassa's gaat gelijk op met het aantal geregistreerde winkeldiefstallen. De cijfers zijn wel wat vertekend door de coronapandemie. In de pandemie waren winkels in verschillende periodes gesloten, maar bleven de supermarkten open, hoewel zij ook een spectaculaire toename zagen van hun internetbestellingen. In 2019, laatste jaar vóór de pandemie, registreerde de politie 39.800 winkeldiefstallen. In coronatijd daalden de aantallen, maar vorig jaar waren het er 45.310. Dat was 12 procent meer dan in 2022.

En dat is nog maar het topje van de ijsberg. Het werkelijke aantal zal hoger zijn. Omdat de dief niet wordt gepakt. Soms omdat winkeliers geen aangifte doen, maar de diefstal bij ontdekking zelf afhandelen. Bijvoorbeeld met de standaardschadevergoeding van 181 euro, die geen boete mag heten want winkels zijn geen overheidsinstanties, en een winkelverbod. Sommige beveiligingsfirma's reppen zelfs over 1,1 miljoen winkeldiefstallen per jaar, 3.000 per dag.

Inmiddels is er een aparte industrie ontstaan van bedrijven die winkeldiefstallen helpen te voorkomen, te ontdekken en te bestraffen. Daarin zie je een voorbeeld van een economische wetmatigheid: het

De klant is koning? Aan de zelfscankassa bent u bij voorbaat verdacht

aanbod (meer winkeldiefstal) schept zijn eigen vraag (naar hulpdiensten). Zo zijn er dienstverleners die, tegen een vergoeding, bijvoorbeeld de incasso van de 181 euro schadevergoeding de winkelier uit handen nemen.

Toch is deze wapenwedloop niet wat je wilt als klant, maar ook niet als supermarkt- en winkeleigenaar, toch? Met de zelfscankassa bespaar je op personeelskosten, maar je bespaart ook op de sociale verhoudingen in de winkel. Wie van anonimiteit in zijn winkel zijn handelsmerk maakt, moet er niet raar van opkijken dat klanten geen relatie meer zien en hun gang maar gaan. Er is voor de dief altijd wel een argument voorhanden. De supermarkt verdient toch al genoeg. Of is een multinational. Of: de prijzen zijn gestegen, mijn inkomen niet, dat is niet eerlijk. De schuld buiten je zelf leggen is een herkenbare psychologische reflex.

Beklemmend

Kortom: hoeveel voordelen heeft een zelfscankassa eigenlijk nog? Tegenover de besparing op personeelskosten staan verder stijgende kosten van diefstal en van surveillance. De wapenwedloop lijkt ook nog niet afgelopen.

Mij maakt de controledrift bij een zelfscankassa soms narrig. Weg tijdwinst. Weg gevoel van welkom zijn in de winkel. Ben ik soms een crimineel? Servicepersoneel wordt bewakingspersoneel. Wat je vroeger als plezierige, vriendelijke dienstverlening kon ervaren, wordt langzamerhand beklemmend.

***[Menno Tamminga](#)** is economisch columnist van Wynia's Week. Eerder was hij redacteur en columnist van Het Financieele Dagblad en van NRC Handelsblad.*

***Wynia's Week** wordt mogelijk gemaakt door de vrijwillig betaalde abonnementen van de lezers. Doet u al mee? Doneren aan Wynia's Week kan [HIER](#). Hartelijk dank!*