

Jaap Koster Marije Westers Erik J. Ruijs

Gif, geweld & geld

De politieke en juridische aspecten
van het gifgedrag in Nederland

Bonger  **Reeks**

Gif, geweld & geld

GIF, GEWELD & GELD

Een exploratief onderzoek naar productafpersing in Nederland

Jaap Knotter, Marije Wouters & Dirk J. Korf

Dit onderzoek is uitgevoerd door het Bonger Instituut voor Criminologie van de Universiteit van Amsterdam, in opdracht van het Korps landelijke politiediensten (KLPD), dienst specialistische recherche toepassingen.

Het onderzoek is binnen de KLPD gecoördineerd door: Kees de Rijk, Hans van der Neut, Jan Rozendal.

CIP-GEGEVENS KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK, DEN HAAG

© J. Knotter, 2006

Gif, Geweld & Geld / J. Knotter, M. Wouters & D.J. Korf

Met lit. opgave.

Amsterdam: Rozenberg Publishers (2006)

ISBN: 90 5170 698 7

Trefw.: afpersing, criminaliteit

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze opgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar worden gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever:

Rozenberg Publishers, Bloemgracht 82 hs, 1015 TM Amsterdam

Tel 020 625 54 29 Fax 020 620 33 95

info@rozenbergps.com

www.rozenbergps.com

Inhoud

1 INLEIDING	7
Probleemstelling, onderzoeksvragen en opzet.....	8
Definitie	8
Literatuur	10
Opbouw	12
2 DOSSIERSTUDIE	13
Omvang.....	13
Kwaliteit, inhoud en representativiteit van de dossiers.....	14
Verloop van het delict.....	15
De slachtoffers	15
Het dreigement.....	16
Kenmerken van de brief	17
Samenhang tussen de verschillende kenmerken van de brieven	22
Veranderingen in series brieven.....	23
Ontwikkelingen door de jaren heen: verharding	24
Samenvatting	26
3 DE SLACHTOFFERS	29
Wie zijn de slachtoffers?	29
Slachtoffers en criminaliteit	30
Slachtoffers en productafpersing.....	31
Slachtoffers en de politie	32
Samenwerken	33
Conclusies en aanbevelingen van de slachtoffers	34
4 DE DADERS.....	35
Tien productafpersers	35
Criminele carrière	36
Productafpersing: het ultieme delict?	37
Motief.....	38
Vorbereiding	39
Keuze van het slachtoffer	40
Technieken om uit handen van justitie te blijven	41
Samenvatting	42
5 CONCLUSIES	45
Omvang.....	45
De slachtoffers	46
Het dreigement.....	46
Definitie	47
De daders	47
LITERATUUR	49

1

INLEIDING

Op een donderdagochtend ontvangt het hoofdkantoor van een supermarktketen een brief. De brief is gericht aan de directeur van het bedrijf, maar wordt geopend door zijn secretaresse. In de brief is het volgende te lezen:

“Geachte directeur,

Het is tijd uw welvaart met de rest van de wereld te delen. Wij zijn een groepering van mensen die opkomt voor de belangen van de derde wereld. In naam van de derde wereld eisen wij €50.000.

Als u niet betaalt, zullen wij vergiftigde melkpakken in een paar van uw supermarkten plaatsen. We zullen dit verspreid over Nederland doen, u weet dus niet waar ze zich zullen bevinden. Er kunnen mensen ernstig ziek worden! Dat is dan uw schuld.

Wij verwachten van u een advertentie in de Telegraaf, in de rubriek Oproep Personen. Deze moet op zaterdag 25 november geplaatst worden. Hij zal de volgende tekst bevatten:

“Bram, lactose-intolerantie was mij onbekend. Ga akkoord. (telefoonnummer) Merel”

Tussen de haakjes moet dan een tiencijferig telefoonnummer geplaatst worden waar wij u kunnen bereiken. Wanneer wij de advertentie zien, nemen wij binnen een week contact met u op. Als deze niet geplaatst wordt, ZIJN DE GEVOLGEN VOOR UW REKENING.

Economische Hulp Derde Wereld (EHDW)”

Het bedrijf besluit de politie in te schakelen. Deze vertelt het bedrijf dat er waarschijnlijk niets ernstigs zal gebeuren, maar in overleg wordt besloten toch de advertentie te plaatsen. Hiermee hopen ze de schrijver van de brief te kunnen oppakken. De advertentie wordt geplaatst, maar met een kleine wijziging. In plaats van de tekst “Ga akkoord” is op verzoek van de politie geplaatst “Voorzie geldproblemen” om de dader erop te wijzen dat het bedrijf de € 50.000 niet zomaar op kan hoesten. De hele week zit iemand van het bedrijf naast de telefoon, totdat tenslotte op woensdagmiddag de telefoon overgaat. Het is inderdaad de dader. Hij geeft een locatie op waar het geld meteen naartoe moet worden gebracht, met een uitgebreide routebeschrijving. Als de man van het bedrijf duidelijk wil maken dat ze niet genoeg geld hebben, wil de dader niet luisteren. “Jullie hebben zoveel geld, dat regelen jullie maar,” zegt hij. Er wordt besloten een pakket samen te stellen met een deel van het bedrag, in de hoop dat er later nog onderhandeld kan worden. De politie zoekt snel uit waar de locatie is en houdt de plaats onder observatie. Het geld wordt neergelegd door iemand van het bedrijf, en men wacht af. Na vier uur wachten is het geld nog steeds niet opgehaald. Ze houden het voor gezien en wachten af of er nog wordt gebeld. De man belt nooit meer terug.

Dit voorbeeld van productafpersing heeft zich nooit precies zo voorgedaan in Nederland, maar hebben we geconstrueerd op basis van waargebeurde gevallen. Met andere woorden: het voorval had in werkelijkheid heel wel kunnen plaatsvinden.

Probleemstelling, onderzoeksvragen en opzet

In dit rapport doen we verslag van een exploratief onderzoek naar productafpersing.

Er is eigenlijk weinig bekend over het fenomeen, zelfs bij de mensen die er vanwege hun werk direct mee te maken hebben. Dit was voor het Korps landelijke politiediensten (KLPD) aanleiding om een onderzoek naar productafpersing te beginnen. Hierbij hebben zij bij een deel van de vragen die zij stelden om ondersteuning gevraagd bij het Bonger Instituut voor Criminologie van de Universiteit van Amsterdam. Het vormt zowel een aanvulling op, als verdieping van een tegelijkertijd uitgevoerde studie door Kees de Rijk van het KLPD.

De probleemstelling van het gehele onderzoek luidt: “Wat is de aard, ernst en omvang van het delict productafpersing in Nederland en welke mogelijkheden zijn er om daar zowel preventief als repressief tegen te kunnen optreden?”

Deze probleemstelling is uitgewerkt in vijf onderzoeksvragen. Deze luiden als volgt:

- 1) Wat is de aard en omvang van productafpersing in Nederland?
- 2) Wie zijn de slachtoffers van productafpersing in Nederland?
- 3) Wie zijn daders van productafpersing en wat zijn hun motieven?
- 4) Hoe dient de aanpak van het delict productafpersing georganiseerd te zijn?
- 5) Hoe kun je de kennis over het delict productafpersing borgen?

In dit rapport staan de eerste (aard en omvang) en de derde (daders) vraag centraal. De tweede vraag (slachtoffers) komt ook, maar minder uitvoerig aan de orde. De beantwoording van de tweede vraag lag primair op het bordje van het KLPD en dat geldt nog sterker voor de laatste twee onderzoeksvragen.

Definitie

De Amerikaanse onderzoeker Cremin (2001) definieert productafpersing als volgt:

“Het dreigen met, of tenzij de eisen ingewilligd worden, het uitvoeren van dreigementen van het vergiftigen/contamineren van een eetbaar product met als doel schade (aan merknamen), lichamelijk letsel (aan personen die het product nuttigen), verlies (van marktaandeel) of om mensen het product te laten vermijden.”

De definitie van Cremin is een vrij nauwe, omdat het eigenlijk alleen productvergiftiging (*contaminatie*) betreft. In ons onderzoek kijken we ook naar andere vormen van afpersing van bedrijven, waarbij niet noodzakelijk gedreigd wordt met vergiftiging, maar ook met bijvoorbeeld het plegen van een aanslag. We maken tijdens ons onderzoek gebruik van de gegevens die het KLPD aan ons verstrekt heeft. De definitie die zij voorstellen luidt als volgt:

“Hij die, met het oogmerk om zich of een ander wederrechtelijk te bevoordelen, door geweld of bedreiging met geweld een onderneming die producten of diensten aanbiedt dan wel een vertegenwoordiger van deze onderneming, vanuit de anonimiteit, dwingt hetzij tot de afgifte van enig goed dat geheel of ten dele aan deze of aan derde toebehoort, hetzij tot het aangaan van een schuld of het teniet doen van een inschuld, hetzij het tot ter beschikking stellen van gegevens met geldswaarde in het handelsverkeer, wordt als schuldig aan productafpersing gestraft.”

In andere woorden kan productafpersing omschreven worden als het afpersen van een bedrijf dan wel een vertegenwoordiger van dat bedrijf. Er kan dan gedreigd worden met vergiftiging van producten, het plegen van geweld bij gebouwen van het bedrijf of het tot slachtoffer maken van (klanten van) het bedrijf op andere manieren. Hierbij wordt gezegd dat (een deel van) het dreigement niet uitgevoerd zal worden als het bedrijf in kwestie bereid is geld, andere goederen van waarde of soms ook diensten af te leveren aan de afperser of een door de afperser uitgekozen begunstigde.

Vergelijking met chantage, afpersing, bedreiging en ontvoering

Productafpersing is een delict dat zowel overeenkomsten als verschillen vertoont met andere delicten, zoals chantage, afpersing, bedreiging en ontvoering. Onder chantage (blackmail) verstaan we iemand dwingen waardevolle goederen of diensten af te staan, onder dreiging met bekendmaking van gevoelige informatie. Bij afpersing (racketeering) gaat het om de klassieke maffia(achtige) praktijken, waarbij bedrijven en personen betalen voor 'beveiliging' tegen geweldpleging door de beveiligers zelf. Bij bedreiging gaat het om het dreigen met geweld tegen individuele personen. Bij chantage wordt, net als bij productafpersing, geld of iets anders waardevols gevraagd voor het *niet* uitvoeren van het dreigement. Bij beide delicten kan de dader lange tijd in de anonimiteit blijven tijdens het plegen van het delict. De overeenkomsten tussen productafpersing, chantage en afpersing liggen vooral in het feit dat er geld gevraagd wordt ter bescherming tegen het uitvoeren van het dreigement.

Bij bedreiging wordt er gedreigd met geweld en wordt, net zoals bij productafpersing, het overgrote deel van de dreigementen nooit uitgevoerd. Wanneer het gaat om bedreiging van politieke figuren of mensen die onderdeel zijn van de rechtspraak, vormt dit delict een bedreiging van de democratische rechtsstaat (Bovenkerk e.a., 2005). Bij productafpersing gaat het juist om het bedrijfsleven en niet om individuen. Productafpersing vormt daarbij een *mogelijke* bedreiging voor de volksgezondheid, het delict wordt lang niet altijd ten uitvoer gebracht.

Productafpersing en ontvoering hebben ook aspecten overeenkomstig. Dit lijkt op het eerste gezicht vreemd, maar zit vooral in het feit dat beide delicten 'voortdurende' delicten zijn. Dit wil zeggen dat dader en slachtoffer en/of politie in contact met elkaar staan *tijdens* het delict en dat deze over een langere periode plaatsvindt. Bovendien zijn in veel van deze delicten de acties die de dader onderneemt (deels) afhankelijk van de reactie van het slachtoffer. Er is dus sprake van een voortdurende interactie waarbij het delict zich gaandeweg ontwikkelt.

Productafpersing verschilt van chantage in die zin dat het slachtoffer bij productafpersing per definitie een (representant van een) bedrijf is; bij chantage richt het zich juist vaak op het individu en de geheimen die deze in zijn of haar persoonlijke leven heeft. Hierdoor is er ook een verschil in het soort dreigement; bij productafpersing gaat het immers om het benadelen van een bedrijf. Het grootste verschil tussen productafpersing en afpersing is dat de anonimiteit bij productafpersing veel groter is. Er is vaak geen sprake van direct contact tussen de dader en het slachtoffer, terwijl dat bij afpersing juist de crux is: doordat dader en slachtoffer elkaar kennen van gezicht en soms ook van naam, wordt de afpersing mogelijk gemaakt en het dreigement serieus genomen. Productafpersing verschilt van ontvoering doordat er geen mensen tegen hun wil meegenomen worden, terwijl dat bij ontvoering juist de kernactiviteit van de dader(s) is. En ook hier is er het onderscheid tussen vooral individuen versus bedrijven als slachtoffer.

Van afpersing is bekend dat hierbij klassiek vaak kleine winkeliers slachtoffer zijn, die door georganiseerde misdaad voor geld worden afgeperst. Bij chantage zijn juist vaak individuen het slachtoffer, die een naam te verliezen hebben. Dit zijn publieke of vooraanstaande figuren die het zich niet kunnen permitteren wanneer bepaalde kennis over hen de wereld inkomt. Bij ontvoering gaat het vaak om problemen in de privé-sfeer, denk bijvoorbeeld aan de ontvoering van een kind door zijn vader of van een vrouw door haar ex. Daarnaast zijn ontvoeringen bekend in het kader van eerwraak (van Eck, 2001; Gezik, 2003). Ook komt het voor dat iemand wordt ontvoerd door georganiseerde misdaad, bijvoorbeeld binnen de drugshandel of in het geval van mensen uit rijke gezinnen.

De definitie van productafpersing geeft al aan dat bedrijven het slachtoffer zijn, maar wat voor soort bedrijven dan? En door wie wordt dit delict eigenlijk gepleegd? Om antwoorden te vinden op deze vragen, kunnen we kijken naar eerdere onderzoeken die gedaan zijn naar dit fenomeen.

Literatuur

Productafpersing krijgt bij vlagen veel aandacht in de pers, het lijkt een vergrijp te zijn dat tot de verbeelding spreekt. Wanneer er een zaak van productafpersing voor de rechter verschijnt, is er regelmatig sprake van uitgebreide berichtgeving in de kranten en op de televisie. Maar vaak komt deze aandacht niet verder dan een beschrijving van hoe het delict in dat ene geval gepleegd is (bijvoorbeeld Vogelsang, 2004). In onze zoektocht naar literatuur hebben we echter geen artikelen of boeken kunnen vinden die echt verder gaan dan casusbeschrijvingen of interviews met experts. Bij deze laatste vorm van berichtgeving is het vaak niet duidelijk waar de uitspraken van de experts op gebaseerd zijn (bijvoorbeeld Schenk, 2002). Over productafpersing is niet veel bekend in de wetenschappelijke literatuur. Van een gedegen kennis over deze vorm van criminaliteit is in Nederland geen sprake. Dit komt deels doordat het een delict is dat in Nederland niet vaak voorkomt. Er komen systematisch geen cijfers over Nederland vrij. Tijdens ons onderzoek was het KLPD op de hoogte van 92 zaken in tien jaar tijd. Dat komt neer op iets meer dan tien zaken per jaar, al zullen we in het volgende hoofdstuk zien dat dit vaak in golven gaat.

Omvang

Volgens Cremin (2001) waren er in 1998 in totaal 63 gevallen van productafpersing bekend in Duitsland, 45 in Groot-Brittannië en 6 in Ierland. Doeg (1995) deelde het aantal productafpersingen in de periode van 1984 tot 1993 in naar geografisch gebied. In deze periode kwamen in Europa in bijna alle jaren veruit de meeste productafpersingen voor. Gemiddeld waren er in Europa 27 incidenten per jaar, terwijl in Australië en het verre Oosten gemiddeld minder dan 10 incidenten per jaar voorkwamen. In de beide Amerikaanse werelddelen was dit gemiddeld 3,5 incidenten per jaar en in Afrika is dit delict te verwaarlozen. Europa steekt dus met kop en schouders boven de rest van de wereld uit. Cremin (2001) stelt dat het delict zich vooral in Duitsland voordoet. Hij schrijft dit deels toe aan de economische malaise als gevolg van de vereniging van de twee Duitslanden. Een andere verklaring die hij ervoor heeft, is het feit dat het in Duitsland niet mogelijk is om mediastilte op te leggen, en het de

media dus altijd vrij staat over deze vorm van criminaliteit (en ook elk ander delict) te berichten. Dit zou andere mensen op ideeën kunnen brengen en zodoende leiden tot copycat-gedrag, het nadoen van delicten die door anderen gepleegd zijn.

Dark figure

Er moet hier uitdrukkelijk vermeld worden dat de cijfers zoals deze bij politie bekend zijn lang niet altijd de werkelijke aantallen vergripen weergeven. Bij de politie zijn immers alleen die delicten bekend, die door iemand zijn gemeld of waarvan aangifte is gedaan. Bij productafpersing doen lang niet alle slachtoffers melding. Dit komt door verschillende kenmerken van het delict. Ten eerste is er lang niet altijd reden voor de slachtoffers om aangifte te doen; wanneer er een individuele brief ontvangen wordt, die niet serieus genomen wordt, en er vervolgens niks meer over gehoord wordt, is er helemaal geen aanleiding om naar de politie te stappen. Dat er in feite een delict is gepleegd, dringt niet altijd tot de slachtoffers door, bovendien is er geen nadeel geleden door het slachtoffer. Een andere reden voor bedrijven om geen aangifte te doen, is de angst dat de politie er niet discreet mee zal omgaan. De grootste bedreiging is in feite niet de dreiging die de afperser uit, maar het economische verlies dat geleden wordt wanneer bij het publiek bekend is dat iemand bedreigd heeft met vergiftiging of iets dergelijks. Daarnaast heeft een aantal bedrijven particuliere beveiligingsorganisaties ingehuurd, die het probleem van productafpersing intern oplossen (zie ook hoofdstuk 3). Dan komt het vaak ook niet tot een aangifte.

Slachtofferschap

Stüllenberg (2001) heeft onderzoek gedaan onder bedrijven in Duitsland die wel eens slachtoffer zijn geworden van productafpersing. Hieruit bleek dat veruit de meeste afpersers kozen voor het sturen van brieven, op grote afstand gevolgd door telefonische contactname. De meeste bedragen die geëist werden, lagen tussen de 100.000 DM en de 1 miljoen DM. Deze bedragen werden meestal geëist van de wat kleinere bedrijven. Daarna lagen de eisen meestal hoger dan 1 miljoen DM, vaak van de grote levensmiddelenbedrijven. Ten slotte lag zo'n 5-10% van de eisen onder de 100.000 DM. Geen van de zaken die door de slachtoffers werden beschreven tijdens het onderzoek zijn uitgemond in betaling. De slachtoffers gaven echter aan dat ze bij bekendwording van de afpersing vaak wel schade aan hun imago leden en ook kwam terugloop van de omzet voor, meestal door het terughalen van producten. In geen van de gevallen was er sprake van daadwerkelijk letsel bij consumenten of vergiftigingsverschijnselen. Stüllenberg heeft ook interviews gehouden met twee experts, die zeiden dat het gevaar op slachtofferschap groter wordt naarmate een bedrijf groter wordt en/of meer bekendheid in de media geniet. De experts zagen twee tendensen: een mogelijke toename van de kans op afpersing en een stijgende bereidheid tot geweld door de daders. Dit hangt volgens de experts samen met de toegenomen handel met Oost Europa. De uit Oost Europa afkomstige daders legden vaker een monster in de schappen, nog voordat zij contact opnamen met het bedrijf in kwestie.

Opbouw

De resultaten van de verschillende werkzaamheden worden weergegeven in dit onderzoeksrapport. Allereerst schetsen we in hoofdstuk 2 een duidelijker beeld van het delict, de daders en de slachtoffers aan de hand van een analyse van de dossiers. De slachtoffers worden nader besproken in hoofdstuk 3, hoe reageren zij nou op dit delict, nemen ze maatregelen en stappen ze altijd naar de politie? In hoofdstuk 4 gaan we dieper in op de daders: waarom plegen ze dit delict, wat voor mensen zijn het en hoe gaan ze te werk? Ten slotte zullen we in hoofdstuk 5 het geheel samenvatten en trekken hier algemene conclusies uit.

2

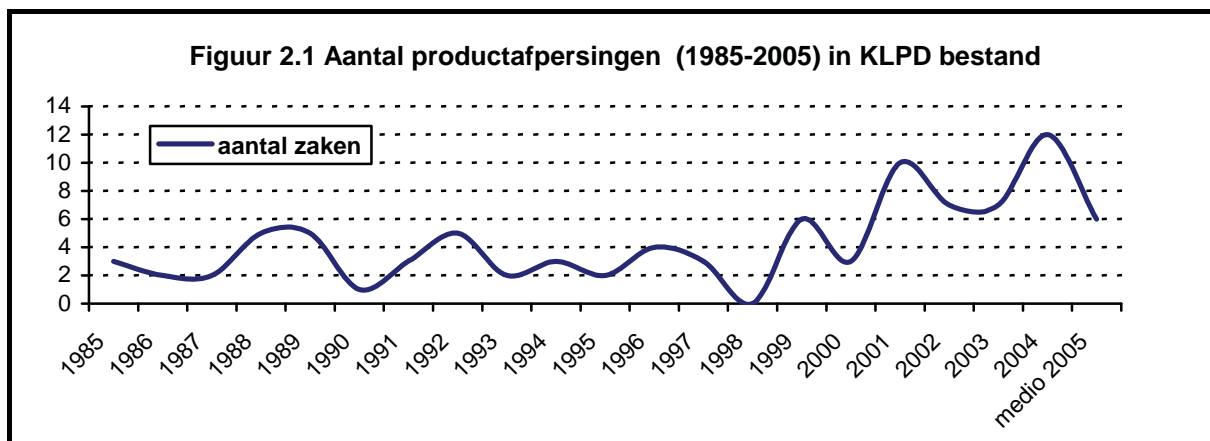
DOSSIERSTUDIE

Voor dit hoofdstuk hebben we gebruik gemaakt van dossiers over productafpersing die het KLPD over twintig jaar tijd verzameld heeft (1985 tot medio 2005). Zoveel mogelijk gegevens uit het dossier werden in een databestand gezet, waarin we de informatie rangschikten per zaak. Onder een zaak verstaan we een (poging tot) afpersing die door een dader gepleegd wordt. Hierbij kan sprake zijn van meerdere slachtoffers, maar dan is het nagenoeg zeker dat het door dezelfde dader gepleegd wordt, bijvoorbeeld doordat de brieven en de dreigementen identiek zijn. Ook vindt zo'n zaak vaak plaats binnen een bepaalde tijdsperiode, zo worden de brieven vlak na elkaar verstuurd naar de verschillende slachtoffers. Een zaak kan meerdere daders hebben, maar dit zijn dan wel steeds dezelfde. Meerdere zaken kunnen door dezelfde dader gepleegd zijn, maar dan zijn de brieven van de verschillende zaken niet hetzelfde of ze zijn op een heel ander tijdstip verstuurd.

Omvang

Uiteindelijk leverde het dossieronderzoek informatie op over **92** zaken. We kunnen aan de hand van ons onderzoek alleen maar stellen dat er in de periode 1985 tot 2005 *minimaal* 92 gevallen van productafpersing zijn geweest, omdat niet alle zaken bij het KLPD gemeld worden. Bovendien valt er niets met zekerheid te zeggen over de dark figure, dat wil zeggen het aantal zaken dat niet ter kennis is gekomen van de politie.

Er lijkt sprake te zijn van een stijgende lijn; in de afgelopen vijf jaar hebben 44 zaken gespeeld, dat is bijna de helft van de gevallen. In Figuur 2.1 valt te zien dat het aantal productafpersingen redelijk grillig verloopt. Soms komen er amper zaken voor en dan zijn er weer periodes waarin er veel voorkomen. In 2001 is een stijging van het aantal zaken begonnen, de vraag is echter of dit een 'echte' stijging is, ook in het aantal zaken dat niet bekend is bij het KLPD. Het kan ook het gevolg zijn van maatregelen van het KLPD om beter op de hoogte te zijn van productafpersingen, deze zijn vanaf 2000 genomen. Toch werd in 2003 in een uitzending van Zembla gesproken van een trend. Het OM zei hierin een stijgende lijn te zien in het aantal afpersingen (Zembla, televisie-uitzending 4 september 2003). Of dit daadwerkelijk zo is, kunnen we echter niet empirisch toetsen.



Kwaliteit, inhoud en representativiteit van de dossiers

De kwaliteit van de informatie die in de dossiers te vinden was, varieerde sterk. Over de ene zaak was veel informatie aanwezig, inclusief een proces verbaal met de verhoren van de verdachte, over de andere zaak was minimale informatie beschikbaar. Soms was dit zelfs beperkt tot een vermelding dat er een brief was gestuurd naar een bepaald bedrijf, zonder verdere informatie.

Bij bestudering van de dossiers is vooral aandacht besteed aan de brieven die door de afpersers opgestuurd zijn. Reden hiervoor was dat dit een van de karakteristieken van de zaken was die het meest consequent voorhanden was. Daarbij leveren brieven over het algemeen objectieerbare informatie op, terwijl de overige gegevens vaak niet in originele vorm aanwezig waren, maar als notities van de agenten.

Onze analyses van de gegevens zijn beperkt tot beschrijvingen, het bekijken van ontwikkelingen door de tijd heen en samenhangen. Van tevoren waren we van plan om een clusteranalyse uit te voeren, dat is een statistische methode waarbij groepen worden gevormd aan de hand van verschillende kenmerken. Hierbij zouden we dan kenmerken van de brief gebruiken voor een indeling. Hiermee zou het wellicht mogelijk zijn gebleken om categorieën van brieven te maken, waarmee in de toekomst een risico analyse gemakkelijker zou kunnen worden gemaakt. Het was echter niet mogelijk om deze analyse uit te voeren vanwege het soort databestand dat we hadden. Veel van de gegevens die we verzameld hadden, waren niet voor alle zaken beschikbaar.

Daarbij komt nog het meer fundamentele bezwaar dat de zaken die we bestudeerd hebben, waarschijnlijk niet representatief zijn voor alle zaken van productafpersing die zich voor doen. Hierbij spelen verschillende factoren een rol. Ten eerste beschikt het KLPD niet over alle zaken, zoals hierboven ook al is uitgelegd. Waarschijnlijk zijn de grotere, meer ernstige zaken vaker bekend bij het KLPD dan de gevallen waarbij er geen of nauwelijks sprake is van een risico. Ten tweede is het verloop van een zaak deels afhankelijk van beslissingen die genomen worden door de dader, het slachtoffer en de politie. Daardoor kan dezelfde brief van dezelfde dader uitmonden in een heel verschillend delict wanneer het slachtoffer of de politieagenten verschillen. Daarom achten wij het niet verantwoord om aan de hand van kenmerken van de brief een clusteranalyse te doen.

Verloop van het delict

Om wat meer inzicht te bieden in het delict en hoe het over het algemeen in z'n werk gaat, geven we hieronder een beschrijving van hoe productafpersing vaak verloopt. Deze beschrijving is gebaseerd op de 92 zaken die bekend zijn bij het KLPD.

- Een geval van productafpersing begint meestal met het **uiten van het dreigement**. Heel soms wordt dit vooraf gegaan door het al (deels) uitvoeren van het dreigement, bijvoorbeeld door producten te vergiftigen en te plaatsen.
- Vervolgens is het aan het slachtoffer, al of niet in overleg met de politie, om te beslissen of er wel of geen **reactie** gegeven gaat worden. De reactie kan bestaan uit het uitvoeren van de door de dader gevraagde actie. De meest voorkomende vormen hiervan zijn het plaatsen van een advertentie en het afleveren van het geld. Als het slachtoffer besluit geen reactie te geven, kan dit leiden tot het einde van een zaak of tot een nieuwe uiting van het dreigement.
- Het einde van een zaak is wanneer de dader geen pogingen meer onderneemt om het geld van het slachtoffer te krijgen en niet meer van zich laat horen. Bij een nieuwe uiting van het dreigement, gaat het proces verder zoals bij het eerste dreigement. Het komt heel zelden voor dat de politie met de sporen van het eerste dreigement een dader kan vinden, en tot **arrestatie** overgaat. Een arrestatie betekent het einde van de afpersing.
- Wanneer besloten wordt tot het **plaatsen van een advertentie** ligt de bal weer bij de afperser, en gaat het proces verder zoals bij het eerste dreigement.
- Bij het overgaan tot een **geldafdracht** verzamelt het slachtoffer (een deel van) het geld en brengt dit naar de afgesproken plaats. Soms vindt deze afdracht via bankrekeningen of internet plaats, maar veruit de meeste daders vragen om een fysieke afdracht.
- De afdracht kan leiden tot drie verschillende vervolgen: een **arrestatie** van de afperser, een **succesvolle afdracht** waarbij de dader in het bezit van het geld is gekomen en weet te ontsnappen, en een **mislukte afdracht** waarbij de dader het geld niet gekregen heeft en ook niet gearresteerd is.
- Een succesvolle afdracht (die overigens uitermate zeldzaam is) kan tot het einde van de afpersing leiden, maar kan ook een nieuwe poging tot afpersing tot gevolg hebben. Hierbij verloopt de hele zaak weer zoals bij een eerste dreigement. Een mislukte afdracht kan het einde van de zaak tot gevolg hebben als de dader niets meer van zich laat horen, maar kan ook een herhaling van het dreigement tot gevolg hebben. Ook hierbij gaat het proces weer verder zoals bij een nieuw dreigement.

De slachtoffers

Een opvallend kenmerk dat veel van de verschillende groepen slachtoffers van productafpersing overeenkomstig hebben, is dat het van oorsprong Nederlandse bedrijven zijn, of het nu gaat om een multinational of een wat kleiner bedrijf.

In meer dan de helft van de zaken zijn de slachtoffers van productafpersing levensmiddelenproducenten of winkelketens die levensmiddelen verkopen (53.3%). Het zijn overwegend de

grotere bedrijven die doelwit zijn van (pogingen tot) afpersing, bijna uitsluitend zijn dit bedrijven die zich richten op de (eind)consument. Het zijn veelal bedrijven die eigenlijk wel in elk huishouden in Nederland bekend zijn, omdat iedereen wel iets van ze in huis heeft. Ze produceren of verkopen overwegend producten die dagelijks gebruikt worden door het overgrote deel van de bevolking. Een tweede, veel kleinere groep bedrijven bestaat uit banken (6.5%). In de overige zaken lopen de soorten bedrijven sterk uiteen, van groenteman tot luchthaven, en van veilinghuis tot pretpark. Organisaties binnen de bedrijfsdienstverlening zijn zelden tot nooit slachtoffer van productafpersing.

In meer dan driekwart van de zaken is maar één slachtoffer per keer benaderd. Vrijwel alle zaken hebben zes of minder slachtoffers, met twee uitzonderingen waarbij er veertien en tweeënveertig zijn. In alle onderzochte zaken met meer dan één slachtoffer stuurt de dader dan dezelfde (of bijna dezelfde) brieven naar de verschillende slachtoffers. Vervolgens reageert meestal maximaal één van de slachtoffers op de tweede brief. Lang niet alle slachtoffers besluiten om te reageren. Vaak speelt de politie hier ook een rol in. Wanneer deze te maken krijgt met meerdere slachtoffers van dezelfde poging tot afpersing, vraagt de politie bij de bestudeerde zaken steeds maar één van de slachtoffers te reageren. Een tweede brief van de dader wordt dan weer uitsluitend naar dit slachtoffer gestuurd. Hierbij is de selectie van wie de tweede brief krijgt dus eigenlijk niet door de dader gemaakt maar door het slachtoffer en/of de politie.

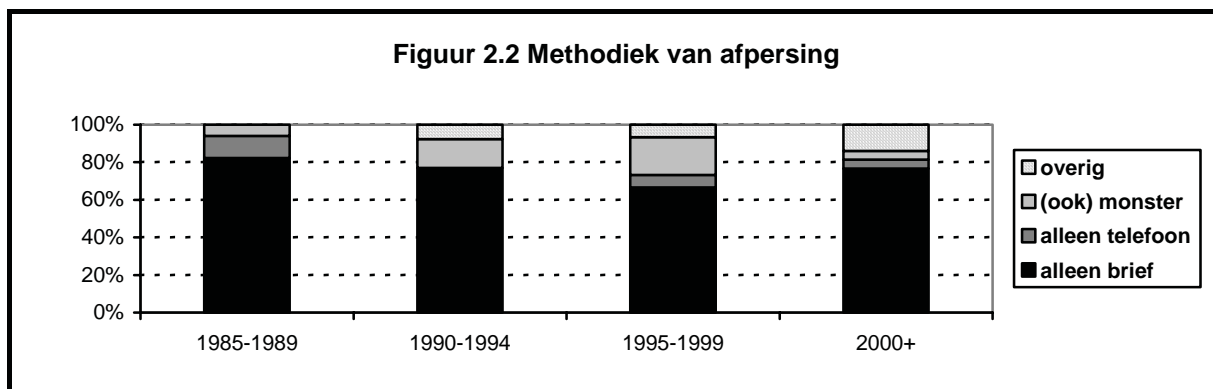
Het dreigement

Bij het dreigement maken we een onderscheid tussen hoe dit geuit wordt (de methodiek) en de inhoud van het dreigement.

Uiting van het dreigement

In driekwart van de zaken wordt de dreiging alleen per brief geuit. Andere manieren om in contact te treden met het slachtoffer zijn per telefoon, fax, e-mail of sms. Soms is er sprake van een combinatie van contactmethoden, zoals eerst opbellen dat er een brief aan zal komen en dan komt kort daarop de brief inderdaad aan. Sms en e-mail zijn de minst gehanteerde methoden. Waarschijnlijk heeft dit te maken met het gebrek aan anonimiteit als je via deze media contact zoekt met het slachtoffer. Van beide vormen valt vaak de afzender te traceren door de politie. Een opvallende manier van het uiten van de dreiging is het opsturen van monsters, zoals het met de brief meezenden van een vergiftigd product of een voorbeeldbom. Soms wordt er gebruik gemaakt van foto's, bijvoorbeeld van springstoffen. Het meesturen van een monster kwam bij een op de tien zaken voor. Ook werd in een op de tien zaken gebruik gemaakt van telefonisch contact, maar in ruim de helft van deze zaken ging het dan om een combinatie van telefonisch contact met een brief.

In de onderstaande grafiek hebben we de methodiek weergegeven over periodes van vijf jaar (de laatste periode ca. 5½ jaar). We zien wel wat variatie, bijvoorbeeld verhoudingsgewijs veel brieven met een monster in de periode 1995-1999, maar de aantallen zijn te klein om van trends te kunnen spreken.



In tweederde van de zaken wordt maar één brief verstuurd. In een op de zes zaken worden twee brieven verstuurd en in een op de tien gevallen drie brieven. In slechts een paar zaken worden meer dan drie brieven verstuurd, het hoogste aantal verstuurde brieven in een zaak is twaalf.

Inhoud van het dreigement

Het belangrijkste dreigement dat geuit wordt door de daders is het vergiften van producten die door het slachtoffer geproduceerd of verkocht worden. Bijna de helft van de daders dreigt hiermee. Zo'n twee op de vijf daders dreigt met het gebruiken van geweld, zoals het leggen van bommen in filialen of het doden van medewerkers of familieleden. Een minderheid van de daders dreigt met een combinatie van vergiftiging en geweld, met ontvoering en met het laten dalen van aandelen of het lekken van gevoelige informatie. Ten slotte zijn er een paar afpersers die heel algemene uitspraken doen over de dreiging, door alleen te zeggen dat er iets ergs zal gebeuren als er niet betaald wordt.

Tabel 2.1 Inhoud van het dreigement

	n=87
contaminatie	39 (45%)
geweld/aanslag	35 (40%)
combinatie contaminatie en geweld	3 (3%)
ontvoering	2 (2%)
laten dalen aandelen/informatie lekken	4 (5%)
heel algemeen	4 (5%)

Kenmerken van de brief

Zoals al eerder vermeld, hebben we vooral aandacht besteed aan de brieven die toege-
stuurd zijn. Hierbij legden we de nadruk op de volgende kenmerken:

- Wij/ik-vorm: refereert de dader in de brief aan zichzelf in de wij-vorm, de ik-vorm of een combinatie hiervan?
- U/jullie/jij/you-vorm: hoe wordt het slachtoffer aangesproken? Is dit in de U-vorm, de jullie-vorm, de jij-vorm of in het Engels in de meer neutrale you-vorm?

- Aanhef van de brief: is er een aanhef en zo ja, is deze persoonlijk of algemeen gericht?
- Staat het afdrachtsscenario in de brief, en is dat dan volledig of gedeeltelijk?
- Wordt er een reactie van het slachtoffer gevraagd, en in welke vorm dan?
- Is het dreigement al geheel of gedeeltelijk uitgevoerd, wordt er een monster meegestuurd of is er nog helemaal niets gebeurd?
- Hoe is de brief gemaakt, is hij getypt op een typemachine, geprint op een printer of handgeschreven?
- Wat is de toon van de brief, wordt er vriendelijk geschreven of niet?
- Blijkt uit de brief dat de schrijver ervan interne kennis van het bedrijf heeft?
- Hoe is de brief ondertekend?

Wanneer we alle brieven bij elkaar optellen, uit alle verschillende fasen van alle delicten, komen we op 145 brieven. Niet alle brieven zijn terug te vinden in het dossier, en daarom hebben we niet van alle brieven alle eigenschappen. Soms waren er ook slechts delen van de brief in het dossier te vinden en niet zelden ontbrak de enveloppe.

Vorm van de brief

Het grootste deel van de brieven, namelijk tweederde, is in de wij-vorm geschreven. Onafhankelijk van het aantal daadwerkelijke daders proberen de schrijvers vaak de indruk te wekken dat ze met meerdere mensen zijn. Daarnaast worden de brieven ook vaak zo geschreven dat het moet lijken alsof er een ideologische organisatie achter zit. Vaak wordt er een 'nobel' doel genoemd, waarvoor de organisatie geld nodig zou hebben. De namen en doelen van de organisaties waarmee ondertekend wordt, hebben niet zelden een politiek karakter. Deze veranderen ook door de tijd heen, en zijn een direct afgeleide van wat er op het moment van schrijven in de politiek speelt. Zo werden vroeger veel Afrikaanse organisaties genoemd en tegenwoordig doen terroristische moslimorganisaties het goed. Geen van de gearresteerde verdachten bleek echter uiteindelijk bij zo'n organisatie te horen, terwijl ze dit in de brieven wel beweerden en ermee ondertekenden. Veel van de ondertekeningen impliceerden eveneens dat de schrijver bij een organisatie hoort, waarvan het overgrote deel een ideologische groeperingen is.

Tabel 2.2 In welke vorm is de brief geschreven?

	n=125
wij-vorm	80 (64%)
ik en wij	21 (17%)
ik-vorm	20 (16%)
geen	4 (3%)

In ongeveer de helft van de brieven wordt het slachtoffer met 'u' aangesproken. In een op de zes brieven wordt de vorm 'jullie' gehanteerd, en in iets minder brieven wordt het slachtoffer zonder persoonsvorm aangesproken. Het gaat hier dan bijvoorbeeld om brieven in de gebiedende vorm ("Doe het geld in de vuilnisbak.") of zinnen zonder persoonlijk voornaamwoord ("Het geld moet in een zak gedaan worden." "Als er niet geluisterd wordt, gebeuren er ernsti-

ge dingen.”). Veel minder vaak worden de je-vorm, de Engelstalige you-vorm of een combinatie van ‘u’ en ‘jullie’ gebruikt.

Tabel 2.3 Hoe wordt het slachtoffer aangeschreven?

	n=89
u-vorm	45 (51%)
jullie-vorm	14 (16%)
geen	12 (14%)
je-vorm	8 (9%)
you-vorm	6 (7%)
u en jullie	4 (5%)

Vaak is de aanhef van de brief algemeen, in de helft van de brieven wordt niet gespecificeerd voor wie de brief bedoeld is. Soms wordt dan wel de functie aangeduid, zoals ‘de directeur’ of ‘de voorzitter van de Raad van Bestuur’. Andere keren is de aanhef nog algemener, bijvoorbeeld ‘Geachte heer’. In iets meer dan een kwart van de brieven is er helemaal geen aanhef, maar wordt meteen met de inhoud van de brief begonnen. De aanhef van een kwart van de brieven is op naam, dan wordt een bepaald persoon aangeschreven. Dit is vaak de directeur (met zijn of haar naam erbij), maar soms ook wel een filiaalhouder of een andere specifieke medewerker van het bedrijf.

Tabel 2.4 Hoe is de aanhef van de brief?

	n=126
persoonlijk	31 (25%)
algemeen	61 (48%)
geen	34 (27%)

De toon van de brief varieert van agressief, waarbij hele directe dreigementen worden geuit en er geweldadige taal wordt gebruikt, tot vriendelijk, waarin afgesloten wordt met bijvoorbeeld ‘Vriendelijke groeten’. Bijna tweederde van de brieven heeft een neutrale toon, waarin heel zakelijke taal gebruikt wordt en er ook weinig woorden vuil worden gemaakt aan de dreiging zelf. Het zijn haast zakelijke voorstellen. Bijna een op de vijf brieven heeft een vijandige toon, waarin er duidelijk wordt gemaakt dat het bedrijf in kwestie zeker niet als positief gezien wordt, maar waarin geen directe beledigingen geuit worden. Iets minder brieven hebben een agressieve toon, soms zelfs met heel plastisch beschreven bedreigingen, al zijn dit uitzonderingen. Ten slotte is er nog een klein aantal vriendelijke brieven.

Tabel 2.5 Hoe is de toon van de brief?

	n=99
agressief	17 (17%)
vijandig	19 (19%)
neutraal	58 (59%)
vriendelijk	5 (5%)

Helaas was bij lang niet alle brieven een kopie van de enveloppe te vinden, want soms kan de adressering die gebruikt is ook van belang zijn. Ruim een derde van de brieven is naar een algemeen bedrijfsadres gestuurd, vaak wil dat zeggen naar het straatadres van het hoofdkantoor van het bedrijf. In een derde van de gevallen is het naar een specifiek bedrijfsadres gestuurd, dit is dan het straatadres van een filiaal of regiokantoor van een bedrijf. Een op de zes brieven is naar een antwoordnummer gestuurd, waarvan iets minder dan de helft met postzegel, terwijl dat bij een antwoordnummer niet nodig is. Een klein aantal brieven wordt naar een postbus van het bedrijf gestuurd of naar een privé-adres van bijvoorbeeld de directeur of een andere belangrijke medewerker van het bedrijf. Heel soms wordt er gebruik gemaakt van een intermediair, vaak is dit dan de krant en in een enkel geval de politie.

Tabel 2.6 Hoe is de brief geadresseerd?

	n=88
bedrijfsadres algemeen	34 (39%)
bedrijfsadres specifiek	30 (34%)
antwoordnummer zonder postzegel	9 (10%)
antwoordnummer met postzegel	6 (7%)
privé-adres	4 (5%)
intermediair	3 (3%)
postbus	2 (2%)

In iets meer dan de helft van de brieven staan taal- of typfouten, deze lijken meestal niet opzettelijk te zijn gemaakt. Soms is dit wel het geval, zoals bij een dader die het wilde laten lijken alsof hij van oorsprong niet Nederlands was. Dit is echter maar bij een heel klein deel het geval (6%). Twee op de vijf brieven bevat helemaal geen taal- en typfouten (41%).

De helft van de brieven is uitgeprint. Een derde van de brieven is op een typmachine gemaakt, en een op de vijf brieven is handgeschreven.

Tabel 2.7 Hoe is de brief gemaakt?

	n=102
geprint	50 (49%)
getypt	32 (32%)
handgeschreven	20 (20%)

Het overgrote deel van de brieven is in het Nederlands, heel soms worden ze ook in het Engels geschreven en maar één brief is in het Duits geschreven. De Engelse taal wordt meestal gebruikt om de indruk te wekken dat de dader bij een internationale organisatie hoort.

Inhoud van de brief

In de meeste brieven staat het afdrachtscenario helemaal beschreven, dit is in vier op de tien gevallen zo. In iets minder brieven staat helemaal niks geschreven over een afdrachtscenario en in een op de vijf brieven staat het afdrachtscenario deels beschreven.

Tabel 2.8 Staat het afdrachtscenario in de brief?

	n=86
volledig	34 (40%)
gedeeltelijk	19 (22%)
geen	33 (38%)

Je kunt je bij het dreigement afvragen of het reëel en proportioneel is. Als je beoordeelt hoe reëel een dreigement is, kijk je onder andere naar de uitvoerbaarheid ervan. Als er bijvoorbeeld gedreigd wordt met het uitmoorden van alle werknemers van een bedrijf binnen twee dagen, is het niet reëel als het om een bedrijf met meer dan vijf werknemers gaat. Proportionaliteit staat in relatie tot het bedrag, bij een grotere dreiging hoort dan een hoger bedrag. Een dreigement is niet proportioneel wanneer er bijvoorbeeld van een multinational 100.000 euro gevraagd wordt voor een ernstig dreigement, of als er voor het niet vergiften van één potje jam 5 miljoen euro wordt gevraagd. Het grootste deel van de brieven bevat dreigementen die helemaal niet reëel en proportioneel zijn. Iets meer dan een derde van de brieven bevat dreigementen die juist wel reëel en proportioneel zijn. Bijna een kwart van de dreigementen in de brieven zit ertussenin.

Tabel 2.9 Is het dreigement reëel en proportioneel?

	n=89
ja	33 (37%)
enigszins	20 (23%)
nee	36 (40%)

In het overgrote deel van de brieven wordt een reactie van het slachtoffer gevraagd. Vaak heeft dit de vorm van een advertentie, waarin het slachtoffer aan moet geven dat hij akkoord gaat en waar soms een telefoonnummer in vermeld moet worden. In bijna de helft van de brieven wordt zo'n advertentie gevraagd. In een derde van de brieven moet het slachtoffer reageren door het geld over te dragen aan de dader. In twee brieven moet het slachtoffer telefonisch contact opnemen met de dader. In een op de vijf brieven wordt er helemaal geen actie van het slachtoffer verwacht.

Tabel 2.10 Wordt het slachtoffer gevraagd om een reactie?

	n=110
ja, via advertentie	47 (43%)
ja, via afdracht	35 (32%)
ja, telefonisch	2 (2%)
ja, anders	5 (5%)
nee	21 (19%)

Bij ruim tweederde van de brieven is er geen sprake van directe dreiging; de dreigementen zijn nog niet uitgevoerd. Bij ongeveer een op de acht brieven is er een monster meegestuurd met de brief. Dan kan het bijvoorbeeld gaan om een vergiftigd product of explosieve stoffen, om te bewijzen dat het dreigement uitvoerbaar is. Bij bijna een op de vijf brieven is (een deel van) het dreigement wel al uitgevoerd, maar deze 19 brieven komen uit maar zes verschillende zaken. Opvallend is dat in geen van deze zes zaken monsters zijn opgestuurd.

Tabel 2.11 Hoe hoog is de dreiging?

	n=106
hoog, al uitgevoerd	19 (18%)
middel, proefmonster meegestuurd	14 (13%)
laag, alleen woordelijke bedreiging	73 (69%)

Heel soms staan er in een brief uitspraken waaruit afgeleid kan worden dat iemand meer kennis dan gemiddeld heeft van het bedrijf dat bedreigd wordt. Soms uit zich dat in terminologie die specifiek voor dat bedrijf of die bedrijfstak is, soms in een adressering waarin iemand nadrukkelijk aangeschreven wordt. Ook kan het tot uiting komen in uitspraken over de gang van zaken binnen het bedrijf, zoals hoe de producten vervaardigd worden of hoe ze gedistribueerd worden. Dit komt echter maar in een op de tien brieven voor, en dan kan het eventueel ook kennis zijn die via internet of andere bronnen opgezocht is.

Tabel 2.12 Blijkt er interne kennis uit de brief?

	n=99
ja	7 (7%)
enigszins	5 (5%)
nee	87 (88%)

Samenhang tussen de verschillende kenmerken van de brieven

Wanneer we de meest voorkomende kenmerken bij elkaar nemen, ziet het grootste deel van de brieven er ongeveer als volgt uit. De brief is gericht aan een levensmiddelenproducent van middelgroot tot groot formaat. Het gaat hierbij maar om één slachtoffer die door de dader aangeschreven wordt. De poging tot afpersing wordt via een brief gedaan, waarna geen nieuwe brieven meer volgen. In de brief wordt het dreigement van vergiftiging van één van de producten geuit, maar het dreigement is echter niet erg makkelijk uitvoerbaar en lijkt onhaalbaar. Er is ook geen enkel deel van het dreigement uitgevoerd op het moment van het ontvangen van de brief. Ook is er geen sprake van interne kennis over het bedrijf of de manier van werken, waardoor het dreigement alleen maar onwaarschijnlijker wordt. In de brief wordt een volledig afdrachtscenario beschreven voor het betalen van de eis, welke een aanzienlijk geldbedrag is. Het slachtoffer wordt gevraagd te reageren met een advertentie, waarin een telefoonnummer wordt gepubliceerd waarmee de dader contact op kan nemen met het bedrijf in kwestie. De brief is in de wij-vorm geschreven en de indruk wordt gewekt dat de brief verstuurd is door een ideologische organisatie. Het slachtoffer wordt aangesproken in

de u-vorm en de toon van de brief is neutraal, wat betekent dat er op een zakelijke toon wordt geschreven. De brief is aan niemand in het bijzonder gericht, bijvoorbeeld aan de directeur of er wordt slechts 'geachte heer' geschreven. Het adres op de brief is gericht aan het hoofdkantoor van het bedrijf. De brief is op de computer geschreven en uitgeprint, in het Nederlands, zij het met wat (onopzettelijke) typ- en spelfouten.

Is het nu zo dat de verschillende kenmerken van de brieven met elkaar samenhangen, is er een patroon? Dit konden wij echter alleen maar toetsen voor de eerste brieven, vanwege de complexiteit van het gebruikte databestand. Een voordeel hiervan is dat alle *zaken* maar één keer voorkomen. Maar zoals we hieronder zullen beschrijven, zitten er wel verschillen tussen de brieven, de eerste brief is vaak niet helemaal hetzelfde als de laatste. Toch wordt in tweederde van de zaken alleen die eerste brief verstuurd. Daarom vinden wij het toch verantwoord om, als we naar die samenhangen kijken, alleen de eerste brieven te gebruiken. Dit zijn veruit de meeste brieven.

Als we dan kijken naar de samenhangen tussen de verschillende kenmerken in de eerste brieven, kunnen we het volgende concluderen:

- Hoe hoger de mate van dreiging, hoe vriendelijker de toon van de eerste brief ($r=.372$). Deze samenhang is redelijk sterk.
- Hoe reëler het dreigement, hoe minder er van het afdrachtscenario in de eerste brief beschreven staat ($r=.345$). Deze samenhang is redelijk sterk.
- Hoe meer interne kennis er in de brief staat, hoe vriendelijker de toon van de eerste brief ($r=.323$). Ook deze (opvallende) samenhang is van redelijke sterkte.
- Hoe groter het aantal brieven in een zaak, hoe minder er van het afdrachtscenario in de eerste brief beschreven staat ($r=.298$). Deze samenhang is van matige sterkte.
- Hoe reëler het dreigement, hoe hoger de mate van dreiging ($r=.579$). Deze samenhang is sterk. Dit wil zeggen dat des te reëler het dreigement, des te vaker er een monster is meegestuurd met de eerste brief of het dreigement al (deels) is uitgevoerd.

Kennelijk is de toon van de eerste brief vriendelijker naarmate de dreiger meer weet van het bedrijf en een realistischer dreigement uit.

Veranderingen in series brieven

Zoals eerder al vermeld werd, wordt in een derde van de zaken meer dan één brief opgestuurd ($n=28$). Als we kijken naar de veranderingen in de kenmerken van de brieven binnen een serie, blijkt dat er in 22 zaken verschillen te vinden zijn tussen de brieven binnen een zaak (bijna een kwart van het totaal, 79% van de zaken met meer dan één brief).

In meer dan de helft van deze zaken, zijn de verschillen te vinden in de mate waarin het afdrachtscenario wordt beschreven in de brief. Vaak ontwikkelt zich dit in de loop van de tijd, met in de eerste brief geen afdrachtscenario en in de laatste een beschrijving van het hele afdrachtscenario. Het komt echter ook voor dat er een omgekeerde ontwikkeling te zien valt; eerst wordt een volledig scenario omschreven en vervolgens nog maar een deel of helemaal

niet. Daarnaast zitten er relatief veel verschillen in of het slachtoffer om een reactie gevraagd wordt, en hoe dan. De meest voorkomende ontwikkeling gaat van het vragen van een reactie via een advertentie naar een reactie middels overdracht van het geld.

In iets meer dan een derde van de zaken zijn verschuivingen te zien in de typ- of taalfouten, de toon van de brief en de tekst waarmee ondertekend wordt. De aan- of afwezigheid van typ- en taalfouten varieert wat door de tijd, meestal gaat het van brieven met schrijffouten naar brieven zonder schrijffouten. De toon van de brief ontwikkelt zich zowel van neutraal naar agressief of vijandig, als van agressief of vijandig naar neutraal. Het kan zijn dat er op een neutrale toon begonnen wordt, maar er gaandeweg een wat dringender toon nodig blijkt om het slachtoffer van de ernst van het dreigement te overtuigen. Daarnaast kan het zijn dat de dader agressief inzet, om vervolgens te merken dat hij serieus genomen wordt, waarna de toon wat neutraler wordt. De naam of tekst waarmee men ondertekent verandert meestal van wel een ondertekening naar geen, maar soms ook wel omgekeerd. Het komt ook voor dat er van naam veranderd wordt.

In ongeveer een kwart van de zaken komen er verschillen voor in de wij/ik-vorm, in u/jullie-vorm of in de aanhef. Bij alledrie deze kenmerken wordt er gevarieerd door de verschillende brieven heen. Bij de aanhef ontwikkelt deze zich soms van geen aanhef naar een algemene, en soms van een algemene naar een persoonlijke of juist geen aanhef. De wij/ik-vorm wisselen elkaar in de meeste gevallen af, daarnaast verandert het ook van wij-vorm naar geen persoonlijk voornaamwoord, van wij-vorm naar ik-vorm en van een combinatie van ik en wij, naar een wij-vorm. De u/jullie-vorm wisselen elkaar ook meestal af, daarnaast komt het voor dat er van u-vorm naar jullie-vorm wordt gewisseld en ten slotte van een u-vorm naar geen persoonsvorm.

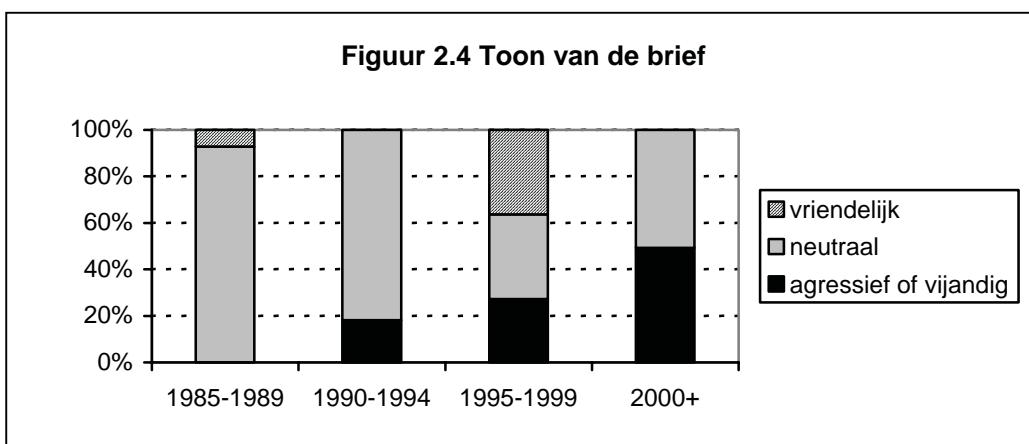
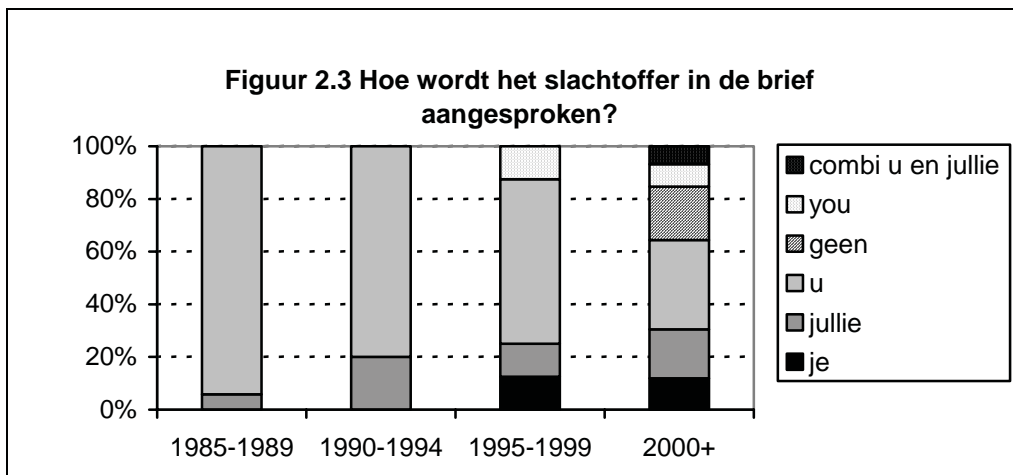
Overige verschillen komen erg weinig voor, maar zijn te zien in hoe de brief gemaakt is, de taal waarin geschreven wordt, de adressering en ten slotte in de mate waarin interne kennis in de brief te vinden is.

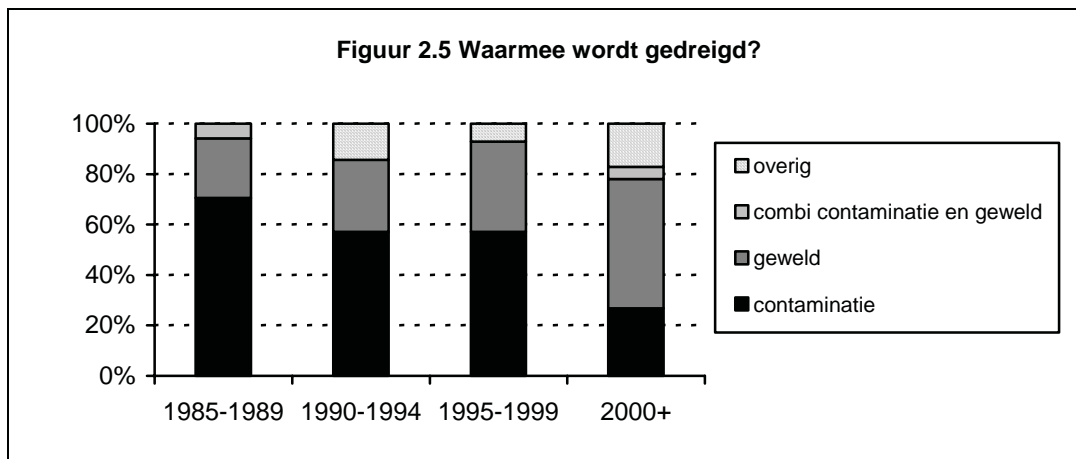
Ontwikkelingen door de jaren heen: verharding

Zoals we eerder al beschreven, veranderen sommige kenmerken van het delict als de jaren verstrijken. We zullen hier de meest opvallende c.q. interessante veranderingen weergeven. We hebben ook getoetst of deze veranderingen statistisch significant zijn, dat wil zeggen of zij wel een 'echt' verschil representeren. Deze significantie konden wij echter alleen maar toetsen voor de eerste brieven, vanwege de complexiteit van het gebruikte databestand. Een voordeel hiervan is dat alle zaken maar één keer voorkomen en er dus geen zaken onevenredig vaak voorkomen. Maar zoals we hierboven al zagen, zitten er wel verschillen tussen de brieven, de eerste brief is vaak niet helemaal hetzelfde als de laatste. In tweederde van de zaken wordt echter alleen die eerste brief verstuurd. Daarom vinden wij het toch verantwoord om, als we naar die samenhangen kijken, alleen de eerste brieven erbij te betrekken.

In het algemeen kan gesteld worden dat er door de tijd heen een verharding van het delict heeft plaatsgevonden. Dit komt naar voren uit de volgende verschillen:

- Bij het aanspreken van het slachtoffer in de brief wordt steeds minder vaak de meer beleefde U-vorm gebruikt en steeds vaker 'je' en 'jullie'. Bovendien komt het weglaten van het persoonlijk voornaamwoord, zoals dit gebeurt in brieven die geschreven zijn in gebiedende vorm, uitsluitend voor in de afgelopen vijf jaar. Deze verschillen zijn echter niet statistisch significant.
- De toon van de brief is in de afgelopen twintig jaar steeds meer verschoven van neutraal naar vijandig en agressief (dit verschil is wel statistisch significant: $p < .05$ voor de eerste brieven). Opvallend is dat in de periode 1996-2000 veel brieven met vriendelijke toon waren, maar in de afgelopen vijf jaar zijn er helemaal geen geweest.
- De inhoud van de dreigementen is over de jaren verschoven van contaminatie naar geweld. In de afgelopen vijf jaar waren er meer geweldsdreigementen dan daarvoor, voor 2000 werd er vaker gedreigd met contaminatie (statistisch significant: $p < .005$ voor de eerste brieven).





Samenvatting

Bij het KLPD waren de dossiers van 92 gevallen van productafpersing te vinden, van 1985 tot medio 2005. Er valt vanaf 2000 een stijgende lijn te zien in het aantal zaken, maar is dit ook echt een stijging? Wellicht is dit een gevolg van een verandering in de registratie van het delict. De kwaliteit van de informatie die in de dossiers te vinden is, is erg wisselend. In onze dossieranalyse hebben we vooral veel aandacht besteed aan de brieven, omdat die gegevens meestal wel aanwezig waren, in tegenstelling tot een hoop andere informatie.

Productafpersing kan op veel verschillende manieren verlopen; grofweg kunnen hier een aantal fasen in onderkend worden. Hierbij doorloopt geen enkele productafpersing alle fasen, maar juist een selectie hiervan. De fasen zijn:

- uiten van het dreigement, de afperser neemt contact op met het slachtoffer en geeft uiting aan de eis en het dreigement.
- reactie van het slachtoffer, het slachtoffer besluit wel of niet te reageren. Dit kan door middel van het plaatsen van een advertentie en/of de politie in te schakelen. Ook kan er besloten worden helemaal niet meer te reageren.
- arrestatie, de politie gaat over tot het arresteren van een verdachte.
- geldafdracht, er wordt besloten geld over te dragen aan de afperser.
- succesvolle afdracht, dit is wanneer de afperser in het bezit komt van het geld. Dit is een uiterst zeldzame gebeurtenis.
- mislukte afdracht, hierbij wordt een poging gedaan om het geld over te dragen aan de afperser, maar dit mislukt, bijvoorbeeld omdat hij of zij niet op komt dagen.

Verreweg de meeste slachtoffers zijn middelgrote tot grote bedrijven, met name in de levensmiddelenindustrie, die zich richten op de consument. Het zijn vaak van oorsprong Nederlandse bedrijven. In de meeste zaken was er sprake van één slachtoffer en meestal ontvingen deze bedrijven het dreigement per brief. In een van de tien gevallen werd een monster toegestuurd, dat wil zeggen een voorproefje van het dreigement in uiteenlopende vormen. In tweederde van de zaken bleef het bij één brief, het maximum aantal brieven in een zaak was twaalf. Meestal wordt er bedreigd met het vergiften van producten, dan wel met geweld of een aanslag.

Wanneer we kijken naar de inhoud van de brieven, blijkt er een aantal verbanden te zijn:

- Des te reëler het dreigement, des te minder wordt het afdrachtscenario beschreven.
- Hoe groter het aantal brieven, hoe minder van het afdrachtscenario in de brief staat.
- Des te reëler het dreigement, des te vaker wordt er een monster meegestuurd of het dreigement al (deels) uitgevoerd.
- Hoe hoger de dreiging (monster of uitvoeren dreigement), hoe vriendelijker de eerste brief.
- Hoe meer interne kennis er in de brief staat, hoe vriendelijker de brief.

Over de jaren heen valt een verharding van het delict te zien:

- Bij het aanspreken van het slachtoffer in de brief wordt steeds minder vaak de meer beleefde U-vorm gebruikt.
- De toon van de brief is steeds meer verschoven van neutraal naar vijandig en agressief.
- De inhoud van de dreigementen is over de jaren verschoven van contaminatie naar geweld.

3

DE SLACHTOFFERS

In dit hoofdstuk besteden we aandacht aan de slachtoffers van productafpersingszaken in Nederland. Voor de informatieverzameling werd niet alleen gebruik gemaakt van gegevens uit de dossiers, tevens werden vijf slachtoffers benaderd om mee te werken aan een interview. De selectie van respondenten vond niet willekeurig plaats. Om een zo groot mogelijke variatie van slachtoffers te krijgen, besloten we zowel bedrijven te benaderen uit de voedingsmiddelenindustrie, als daar buiten. Daarnaast probeerden we zowel bedrijven te benaderen die voor het eerst met productafpersing te maken hebben gekregen, als bedrijven die door de jaren heen al vaker slachtoffer zijn geworden. Deze onderzoeksmethode heeft als voordeel dat er informatie ter beschikking komt die niet in een aangifte of anderszins in een strafdossier is te vinden. De door ons benaderde slachtoffers waren meteen positief, maar wilden niet zomaar meewerken. Van tevoren moest wel duidelijk worden waar het onderzoek voor was bedoeld, voor wie het werd geschreven en wat ermee gedaan werd. Daarnaast wilden ze niet met naam en toenaam in het stuk worden genoemd. Niet in de laatste plaats om mensen op verkeerde ideeën te brengen, maar ook vanuit concurrentie oogpunt gezien. Vandaar dat de namen van de respondenten zijn geanonimiseerd. De werkelijke namen zijn vervangen door fictieve namen en de bedrijfsnamen worden niet gebruikt (tabel 3.1).

We zullen proberen antwoorden te geven op vragen als: Wie werden er nu slachtoffer? Welke maatregelen nemen slachtoffers zelf? Wordt van elke zaak door de slachtoffers aangifte gedaan bij de politie of wordt de politie in sommige gevallen niet in kennis gesteld? Hoe kijken slachtoffers naar de werkwijze van de politie? Zijn ze er tevreden over of kunnen er verbeteringen worden doorgevoerd?

Wie zijn de slachtoffers?

Uit de dossieranalyse is gebleken dat met name grote en middelgrote bedrijven, vaak uit de voedingsmiddelen industrie, een verhoogd risico lopen om slachtoffer te worden van productafpersingszaken. Sommige bedrijven zijn zelfs meerdere keren achter elkaar afgeperst. Zelfs door meerdere daders tegelijkertijd en onafhankelijk van elkaar.

Leo, een van de respondenten, vertelde bijvoorbeeld dat zijn bedrijf in 2002 werd afgeperst. Ze ontvingen meerdere Engelstalige brieven, maar bijna tegelijkertijd ontvingen ze ook Nederlandstalige:

"In eerste instantie dachten we met een en dezelfde persoon te maken te hebben, maar achteraf bleek dat niet zo te zijn. Er waren twee afpersers actief." (Leo)

Maar niet alleen de voedingsmiddelenbranche is de dupe van productafpersingen, ook andersoortige bedrijven zijn de laatste jaren slachtoffer geworden van productafpersing, alhoewel zij een minderheid vormen.

Tabel 3.1

Naam	Soort bedrijf
Karel	Zuivelproducent
Charles	Doe-het-zelfzaak
Ludwig	Supermarktketen
Urwin	Bierproducent
Leo	Vervoersdienst

Slachtoffers en criminaliteit

Tijdens de interviews werd al snel duidelijk dat de bedrijven die slachtoffer zijn geworden van productafpersing, ook te maken krijgen met andere vormen van criminaliteit. Productafpersing is uitzonderlijk. Door de respondenten werd aangegeven dat diefstal, inbraak, verduistering, oplichting, fraude e.d. de criminele activiteiten zijn waar ze het meest mee te maken krijgen. Chantage en overvallen komen daarna en productafpersingen eindigen de rij, maar ze hebben vaak wel een grote impact op het bedrijf. Het imago van het bedrijf is er namelijk mee in gevaar.

“De leidinggevenden zijn erg bij een dreiging betrokken. Ze hebben er slapeloze nachten aan over gehouden. Sommigen hielden er zelfs haaruitval aan over. Zo’n impact had het”. (Leo)

Iedere respondent gaf aan een onderscheid te maken tussen interne en externe criminaliteit. Met intern wordt bedoeld: door medewerkers van het bedrijf zelf. Indien er aanwijzingen zijn dat de dader intern gezocht moet worden, dan moet daar anders op gereageerd worden en wordt er anders gereageerd dan in die gevallen waar een externe dader verantwoordelijk is.

Naast moedwillige en bewuste criminaliteit zijn onze respondenten ook alert op onbedoelde incidenten. Ongelukken in het productieproces zonder dat deze moedwillig zijn gebeurd, kunnen ook grote gevolgen hebben. Onze respondenten spreken dan van crisissituaties. Karel, een van de respondenten, geeft aan wat hieronder wordt verstaan:

“Onder crisis wordt verstaan: alle situaties die het imago van het bedrijf of de continuïteit van het bedrijf kunnen beschadigen”. (Karel)

Indien een bedrijf te maken krijgt met productafpersing, wordt dit als een crisissituatie beschouwd en zullen speciale maatregelen genomen worden. Er wordt bij een crisis een zogenaamd “crisismanagement team”¹ gevormd. Zo’n team bestaat, afhankelijk van het soort crisis, uit meerdere personen van het bedrijf. Een hoge leidinggevende of een plaatsvervanger is haast altijd onderdeel van zo’n crisisteam, aangevuld met personen uit de juridische hoek, de communicatie afdeling, de personeelshoek en de beveiliging. Naar gelang de crisis wordt dit team aangevuld met anderen. Ieder lid van het team heeft een specifieke rol. De leidinggevende is over het algemeen de voorzitter en een ander lid is de griffier. Naast de interne mensen, worden ook externe specialisten geraadpleegd. Dit zijn vaak particuliere recherche- of beveiligingskantoren, de verzekering en de politie.

¹ Of soortgelijke teams met een andere benaming.

Niet elk bedrijf heeft zo'n professionele organisatie indien zich een crisisincident voordoet. Charles, eigenaar van een doe-het-zelfzaak gaf aan:

"We hebben wel met criminaliteit te maken, maar het is meer winkeldiefstal, interne diefstal en overvallen. Productafpersing heb ik nog nooit eerder meegemaakt, vandaar dat ik ook niet op dit soort incidenten ben ingespeeld. Ik heb geen plannen gemaakt of iets dergelijks..." (Charles)

De professioneel ingestelde bedrijven zijn door het verleden gepokt en gemazeld en vanuit deze ervaringen hebben ze het bedrijf zo ingericht dat de crisis zo snel en efficiënt mogelijk bestreden kan worden. Protocollen, manuals en lijsten met vragen en antwoorden (Q's en A's) zijn vaak voorhanden om zicht te krijgen op het soort crisis en welke stappen er genomen moeten worden. Daarnaast wordt er bij sommige bedrijven meerdere keren per jaar getraind.

Slachtoffers en productafpersing

Vier van de vijf respondenten hebben in het verleden vaker met productafpersing te maken gehad en zij hebben door de opgedane ervaring een specifieke werkwijze ontwikkeld hoe ze in voorkomende gevallen moeten reageren. Naast het in het leven roepen van een "crisismanagement team" worden ook andere handelingen verricht. Aangezien de meeste afpersingszaken beginnen met een brief of een telefoontje, zijn die afdelingen waar de brief of het telefoontje voor het eerst binnen het bedrijf komt, speciaal geïnstrueerd.

Urwin, werkzaam voor een bierproducent, zegt hierover het volgende:

"Verschillende onderdelen binnen het bedrijf hebben instructies. Zowel de postkamer als de klachtenservice. Daar komen afpersingszaken als eerste binnen. De ervaring leert dat vanuit een klacht namelijk ook een afpersing kan ontstaan. We houden rekening met sporen, analyseren brief, enveloppe en inhoud van de brief of de binnengekomen telefoontjes. Medewerkers worden speciaal getraind. Ook het directiesecretariaat wordt getraind omdat ook daar een brief/ telefoontje als eerste binnen kan komen". (Urwin)

Drie van de vijf respondenten geven aan dat op de plekken waar een brief het bedrijf binnen kan komen voorzorgsmaatregelen zijn genomen. Medewerkers zijn speciaal geïnstrueerd in wat ze moeten doen. Veiligstellen van sporen en het inlichten van het crisismanagementteam zijn vaak de eerste vereisten en de eerste stappen die genomen worden.

In de gevallen dat de afpersing begint bij een brief worden sporen veiliggesteld en vervolgens worden zowel de enveloppe als de brief zelf kritisch bekeken². Niet alleen op inhoud, schrijfstijl, dreiging, eis, etc., maar ook of het een interne aangelegenheid betreft of niet.

"We letten speciaal op het gebruik van vakjargon, een taal die binnen ons bedrijf wordt gebruikt. Voor een buitenstaander is die taal, die woordkeuze, niet gebruikelijk en zelfs onmogelijk om te weten". (Leo)

² Bij een telefonische melding wordt zover mogelijk het gesprek geanalyseerd.

Indien er duidelijk aanwijzingen zijn dat intern naar de dader gezocht moet worden, dan reageren bedrijven verschillend. Sommige bedrijven stellen de politie van de zaak in kennis en geven aan dat er aanwijzingen zijn dat de afperser intern gezocht moet worden. Andere bedrijven geven aan dat bij duidelijke indicatie dat de dader intern is, dat de politie in die gevallen niet in kennis wordt gesteld. Er wordt geprobeerd om de zaak intern op te lossen.

Slachtoffers en de politie

Als er aanwijzingen zijn dat de dader gezocht moet worden binnen het bedrijf, kiezen sommige bedrijven ervoor om bij die crisissituaties niet naar buiten te treden. De politie wordt niet in kennis gesteld. Vier van de vijf respondenten geven aan: "Indien er duidelijke aanwijzingen zijn dat het een interne aangelegenheid betreft, dan komt het wel eens voor dat daar geen aangifte van wordt gedaan. Vaak willen de hogere leidinggevendenden dat niet".

Daarnaast wordt door de bedrijven gekeken in hoeverre een afpersingsbrief reëel is. Indien ze een sterk gevoel hebben dat het een "fake brief" betreft, dan wordt de politie daarvan ook niet in kennis gesteld.

"We doen altijd aangifte, dat is het beleid van het bedrijf. Tenzij het overduidelijk een fake brief is. Dan moeten we wel heel zeker van de zaak zijn, maar fake brieven worden niet gemeld." (Urwin)

Bij alle overige gevallen wordt de politie wel in kennis gesteld. Alhoewel: het verleden bij alle respondenten heeft geleerd om niet naar het dichtstbijzijnde wijkbureau te gaan. Daar ontbreekt het vaak aan expertise en een professionele houding. De ernst van de zaak wordt verkeerd ingeschat, er worden tegenstrijdige adviezen gegeven of er wordt onvoldoende rekening gehouden met de privacygevoeligheid. Alle respondenten geven aan dat ze daarom liever zaken doen met mensen die verstand van zaken hebben. Vooral de leidinggevendenden van regionale recherche afdelingen worden genoemd als eerste aanspreekpunt. Men heeft in het verleden eerder samengewerkt en er is wederzijds respect en vertrouwen.

Indien aangifte wordt gedaan, dan wordt de zaak in principe uit handen gegeven. Toch blijven sommige slachtoffers het opsporingsproces volgen. Zij kijken in de zijlijn mee en fungeren als een soort second opinion. Hierbij blijven ze het imago van het bedrijf in de gaten houden.

"Ons belang is het beschermen van de naam en het imago van het bedrijf. De naam uit de publiciteit houden, is van cruciaal belang". (Karel)

Zowel de politie als de slachtoffers hebben er belang bij dat de daders worden opgespoord. Of er nu wel of geen berechting volgt is voor sommige slachtoffers van minder groot belang. De daders zijn gepakt, de crisis is bestreden.

Toch kan het daarna nog misgaan. Het belang van de politie is de aangehouden verdachte te laten berechten. Het slachtoffer wil het liefste dat de storm gaat liggen en er zo weinig mogelijk over bekend wordt.

"Er moet geluisterd worden naar elkaars belangen. Het opsporen van de afpersers is ook ons belang, maar de vervolging is voor ons minder belangrijk. We gaan daar wel in mee, maar er moet wel goed gecommuniceerd worden wat naar buiten gebracht

wordt en wat niet. Bij de laatste zaak is dat misgegaan. Alles stond in de krant. De leiding van mijn bedrijf was daar niet blij mee met als gevolg dat ze minder snel geneigd zijn om politie en justitie in te schakelen bij voorkomende gevallen. We lossen het zelf wel op.” (Urwin)

Een van de redenen dat bedrijven toch de politie inschakelen in plaats van het eigenhandig op te lossen, is gelegen in het feit dat zij een verzekering hebben afgesloten voor criminaliteit. Veel verzekeringen verplichten vervolgens de bedrijven om aangifte te doen bij de politie. Daarnaast stellen sommige verzekeringen als eis dat er een particulier recherchebureau geraadpleegd wordt voor begeleiding en advies.

Samenwerken

Indien rekening gehouden wordt met elkaars belangen en hier op een respectvolle manier mee wordt omgegaan, dan lijken bedrijven eerder bereid te zijn om met de politie samen te werken. Sterker nog. Politie en bedrijfsleven kunnen elkaar in (tactische) onderzoeken zelfs aanvullen en ondersteunen. Niet alleen door aan te geven of er aanwijzingen zijn die op interne betrokkenheid kunnen wijzen, maar ook door gebruik te maken van de eigen systemen die bedrijven hebben. De politie heeft opsporingstechnieken, maar sommige bedrijven kunnen aan de hand van de hun beschikbare beveiligingsgegevens ook veel opsporingswerk doen. Zij hebben een andere werkwijze dan de politie en hebben ook andere systemen tot hun beschikking.

“We kunnen veel van elkaar leren. We hebben binnen ons bedrijf ook veel mogelijkheden om te rechercheren. Bronnen die de politie niet heeft, maar die hun waarde inmiddels al bewezen hebben. In een grote zaak die zich onlangs heeft afgespeeld, hebben we middels onze systemen vergiftigde producten weten te achterhalen en door middel van de bewakingscamera’s hebben we de mogelijke dader in beeld weten te brengen”. (Ludwig)

Daarnaast zou het volgens drie van de vijf respondenten goed zijn dat alle dossiers op een gezamenlijk punt verzameld worden. Indien op een plek de informatie wordt bewaard en expertise wordt ontwikkeld, dan heeft dat in toekomstige gevallen veel voordeel. Niet alleen kun je de gekozen strategie beter onderbouwen aan de hand van eerdere zaken, ook heb je een beter zicht op wat er allemaal speelt. Het verleden leert dat een afperser soms meerdere bedrijven heeft afgeperst, maar dat de bedrijven dat niet van elkaar weten. Ook de politie weet dit vaak niet omdat niet alles wordt gemeld. Het berust te vaak op toeval dat zaken met elkaar in verband worden gebracht.

Indien het bedrijfsleven en politie meer met elkaar samenwerken, kunnen problemen eerder worden gesignaleerd en kan meer rekening gehouden worden met de verschillende belangen.

Conclusies en aanbevelingen van de slachtoffers

Slachtoffers kunnen verschillend reageren op productafpersingszaken. Bedrijven die het voor het eerst meemaken, weten vaak niet wat ze moeten doen. Ze doen aangifte bij een lokaal politiebureau, dat in sommige gevallen de zaak niet naar alle tevredenheid behandelt. Bedrijven die vaker met crisissituaties, hier valt productafpersing ook onder, te maken hebben gekregen, hebben hun organisatie vaak professioneel ingericht. Ze werken met vastgestelde protocollen en diverse personeelsleden hebben instructies gekregen hoe er gehandeld moet worden.

Veel bedrijven nemen een particulier recherchebureau in de arm om hen tijdens de crisis te adviseren en te begeleiden. Sommige verzekeraars verplichten bedrijven ook om externe bureaus in dienst te nemen. Dezelfde verzekeraars zorgen er ook voor dat bedrijven aangifte bij de politie komen doen.

Toch blijkt dat niet alle incidenten bij de politie worden gemeld. Indien er sterke aanwijzingen zijn dat de dader binnen het bedrijf gezocht moet worden, verkiezen veel slachtoffers om de politie niet in kennis te stellen. Daarnaast kan het zijn dat een afpersingsbrief niet als een "reële dreiging" wordt beschouwd. Eerder als grap of een zogenoemde "fake brief". In die gevallen wordt er ook geen melding gedaan bij de politie en blijft veel voor haar onbekend.

Het verleden leert echter dat ook de zogenoemde "fake brieven" van belang kunnen zijn in andere opsporingsonderzoeken. Sommige afpersers sturen brieven naar meerdere bedrijven. Ze proberen hun werkwijze uit of sturen meerdere brieven tegelijkertijd. Indien zowel de bedrijven als de politie niet op de hoogte zijn dat meerdere bedrijven worden afgeperst en dat er misschien een zelfde dader verantwoordelijk voor is, dan kan dat het opsporingsonderzoek behoorlijk vertragen.

De noodzaak lijkt geboren om afpersingszaken op een punt te concentreren. Daar kan alle informatie verzameld worden en verdere expertise op dit terrein worden ontwikkeld. De politie lijkt de aangewezen instantie om die centrale verzamel- en ontwikkelrol op zich te nemen. De expertise ontwikkeling bij de politie heeft als bijkomend voordeel dat zij beter op de hoogte is van de tegenstrijdige belangen tussen de politie en de slachtoffers en dat hier meer rekening mee gehouden kan worden. Door een verdere professionalisering zal de aangiftebereidheid worden vergroot.

Media aandacht is voor veel bedrijven een drempel om de politie in te schakelen. Niet alleen kan ruchtbaarheid in kranten of televisie mensen op ideeën brengen, ook de concurrentie kan van die informatie profiteren. Het imago van het bedrijf kan enorme schade oplopen, met alle gevolgen van dien. Indien goed wordt opgelet en afgesproken wordt wat wel en wat niet naar buiten gebracht wordt, kan de samenwerking bespoedigd worden. Ook hier kan de politie een belangrijke rol in vervullen. Naast het adviseren van bedrijven in de beginfase, kan zij ook in de eindfase een cruciale rol vervullen. In de beginfase is het belang van zowel politie als slachtoffer eender: Het opsporen van de dader. Indien de dader achterhaald is, gaat de politie ervoor om de dader te kunnen berechten. Het slachtoffer is daar minder op gebrand en wil er zo weinig mogelijk aandacht aanbesteden. Daar waar de belangen van de politie en het slachtoffer tegenstrijdig zijn, moet de politie ervoor waken dat het tot een goed einde wordt gebracht. Hierbij kan de politie een adviserende rol hebben. Niet alleen richting het openbaar ministerie, maar ook richting de media. Wat wordt verteld en wat niet?

4

DE DADERS

Wie zijn de daders van productafpersing? Zijn het doorgewinterde criminelen of juist personen die geen strafblad hebben? Wat zijn hun motieven? Hoe gaan zij te werk?

Om een antwoord te geven op dit soort vragen hebben we de (straf)dossiers van een tiental plegers van productafpersing geanalyseerd en vijf van deze tien plegers ook geïnterviewd.

De interviews hebben als voordeel dat we meer kunnen zeggen over onderwerpen die niet altijd uit de dossiers te halen zijn, zoals de persoon van de dader, diens motieven, de gehanteerde werkwijze etc.

Tien productafpersers

Uit de dossieranalyse is gebleken dat er in sommige zaken personen zijn aangehouden en zijn veroordeeld, maar dat in andere zaken slechts (kleine) aanwijzingen richting een persoon waren (verdenkingen) en dat het bewijs niet rond gekregen kon worden. Daarnaast speelden er zaken waarin rechteamts niet wisten in welke hoek ze het moesten zoeken en er helemaal geen daderindicatie aanwezig was. Toen we probeerden om een lijst te maken van personen die door ons benaderd konden worden voor een (verdiepings)interview, kwamen we al snel voor het probleem te staan wie hiervoor in aanmerking kwamen. We besloten om enkel degenen te kiezen die opgespoord en veroordeeld waren. Aangezien er slechts tijd was om een gering aantal (vijf) van hen te interviewen, probeerden we toch om een zo gevarieerd mogelijke selectie te maken. Daarbij hebben we vooral gelet op variatie in strafblad, eenmalige afpersers en personen die het vaker hebben gedaan, alsmede variatie in slachtoffers. We besloten tevens om zowel mensen die nog in detentie zaten als mensen die al op vrije voeten waren te interviewen.

Uit de dossiers selecteerden we tien namen. Vijf in detentie en vijf op vrije voeten. We selecteerden tien personen, ondanks het feit dat er maar vijf interviews waren gepland, omdat we het vermoeden hadden dat van de tien geselecteerden er een aantal af zouden vallen. Dit bleek in de praktijk ook te kloppen. Sommige personen waren verhuisd en hun nieuwe woonadres was niet te achterhalen, anderen waren gedetineerd in het buitenland of ze wilden of konden geen medewerking verlenen.

Het streven van vijf interviews werd, ondanks wat tegenslagen, gemakkelijk behaald.³ Deze informatie, aangevuld met gegevens uit de dossiers en de politieverhoren, stelden ons in

³ Bij de personen die in detentie zaten liepen we tegen een woud van regels aan, die gezien de strikte onderzoekstermijn, voor een tijdverlies zouden zorgen. Er moest een schriftelijk verzoek worden gedaan die door een commissie beoordeeld moest worden, waarbij de commissieleden op vakantie waren etc. Daarnaast waren de gegevens van de personen die weer op vrije voeten waren verouderd en bleken ze inmiddels te zijn verhuisd waarbij het in sommige gevallen onmogelijk was om het nieuwe adres te achterhalen. Een van de geselecteerden was door een buitenlandse politieorganisatie gepakt met een hoeveelheid aan verdovende middelen, waardoor die persoon niet te benaderen was.

staat om, met de nodige restricties en slagen om de arm, een beeld te schetsen van de achtergronden van daders achter de productafpersingszaken.

Uiteraard blijft het riskant om op basis van een gering aantal onderzoeksgegevens algemeen geldende uitspraken te doen. Toch zullen we in dit hoofdstuk een poging wagen. In onderstaande tabel geven we geanonimiseerd aan welke tien personen geselecteerd waren.⁴

Tabel 4.1 Enkele gegevens over tien afpersers

Naam:	Daad: afpersen van	Aantal in HKS ⁵	Soort antecedent
Bennie	Doe-het-zelfzaak, vervoersbedrijf	2	Afpersing, harddrugs, wapens
Dirk	Bierbrouwer	1	Afpersing
Ger	Zuivelproducent	3	Afpersing (meerdere)
Nico	Supermarktketen	6	Afpersing, diefstal, mishandeling
Joerie	Bank	1	Afpersing
Iwan	Meerdere bedrijven	36	Afpersing, verduistering, oplichting, valsheid in geschriften
Norbert	Meerdere bedrijven	5	Softdrugs, afpersing, oplichting
Sander	Meerdere bedrijven	5	Afpersing, diefstal, mishandeling
IJsbrand	Handelaar in kunst	1	Doodslag (geen afpersing)
Samuël	Winnaar van een kansspel	27	Afpersing, diefstal, geweld, verduistering etc

Criminele carrière

Wat kan er gezegd worden over de criminele carrière van de tien productafpersers? Deze vraag lijkt eenvoudig te beantwoorden door de antecedentgegevens, zoals deze geregistreerd staan in het herkenningssysteem (HKS) van de politie, van de personen op te vragen. Toch kleven aan deze werkwijze nog wel de nodige haken en ogen. Ten eerste geven de HKS-gegevens enkel een beeld van wat bekend is geworden bij politie en justitie. Feiten die nooit ontdekt zijn of waar een persoon niet voor veroordeeld is, zijn niet terug te vinden in de HKS-gegevens.

Dat dit wel degelijk voorkomt, blijkt uit een opmerking van een van de respondenten:

“... in die tijd had ik een hennepkwekerij in mijn huis. Mijn vriendin vond dat niet goed, maar de oogst en de winst waren wel erg aantrekkelijk...” (Nico)

Dit is nooit door de politie ontdekt en is derhalve ook niet in de HKS gegevens terug te vinden. Indien er naar de antecedentgegevens van IJsbrand gekeken wordt, dan valt op dat hij één antecedent heeft, dat geen betrekking heeft op afpersing. Dit terwijl hij, zoals blijkt uit zijn dossier, wel degelijk iemand heeft afgeperst, ook al is dit niet terug te vinden in HKS.

⁴ De gebruikte namen zijn fictief om de anonimiteit van de respondent te waarborgen.

⁵ Antecedenten in HKS (herkenningssysteem) op 29-09-2005.

In tabel 4.1 zien we, zoals ook bedoeld was met onze selectie, dat er zowel first offenders zijn (althans voor zover het gaat om geregistreerde criminaliteit) als recidivisten met een uitgebreid strafblad. De delicten die zij gepleegd hebben, variëren van diefstal en mishandeling (meestal in de jonge levensjaren) tot en met verduistering, oplichting en afpersing. Hoewel er soms geweldsdelicten in het strafblad staan, lijken we toch niet te maken te hebben met een typisch gewelddadige groep. In één geval is er sprake van doodslag, maar hierbij leek het om een uit de hand gelopen relationeel probleem te gaan, waarbij de nodige strafverminderende omstandigheden golden (zelfbescherming). Overvallen, gijzelingen, ontvoeringen, berovingen, moord en dergelijke ontbreken. De geregistreerde criminaliteit betreft hoofdzakelijk vermogensdelicten waarbij bovendien doorgaans persoonlijke confrontatie met het slachtoffer ontbreekt. Geen enkele keer is er sprake van bijvoorbeeld straatroof of overval.

Hoewel het precair is om op basis van informatie over tien personen generaliserende uitspraken te doen, zou voorzichtig gesteld kunnen worden dat daders van afpersingszaken over het algemeen geen echte doorgewinterde criminelen zijn, zelfs als ze een behoorlijk aantal antecedenten hebben. In HKS vinden we, naast afpersing, vooral delicten zoals oplichting, fraude, eenvoudige diefstal en eenvoudige mishandeling.

De interviews met vijf van deze tien personen bevestigen het beeld dat het bij productafpersers niet gaat om beroepsmisdadigers. Uit de interviews blijkt bijvoorbeeld dat deze daders slecht of slechts gedeeltelijk op de hoogte zijn van de opsporingsmethoden van de politie, zoals de “imsi-catcher” of de “emeitap” (iets wat professionele criminelen vaak wel weten) en maken ze veel “beginnersfouten”. Zo vertelde Nico, een van de respondenten, tijdens het interview dat hij veel geleerd heeft van zijn medege-detineerden. Hij zei:

”Als ik geen open kaart had gespeeld, hadden ze een aantal dingen niet kunnen bewijzen en was mijn straf veel minder geweest. Iets wat ik dus geleerd heb hier (detentie) is: houd je bek dicht en zeg helemaal niets”. (Nico)

Productafpersing: het ultieme delict?

Hoe zijn de afpersers op het idee gekomen en waarom hebben ze voor productafpersing gekozen? Hebben ze alternatieven overwogen? Toen we onze respondenten hier vragen over stelden, werden we gesterkt in het beeld dat was ontstaan op basis van de dossiers, namelijk dat deze daders face-to-face contact met het slachtoffer zoveel mogelijk willen vermijden. Het werken vanuit de anonimiteit, de slachtoffers niet onder ogen zien waardoor het persoonlijk wordt, het dreigen met geweld maar het niet daadwerkelijk hoeven uitvoeren, waren de veel gehoorde argumenten waarom deze criminaliteitsvorm door hen werd verkozen. Sander, een van de respondenten, vertelde:

”Tijdens mijn relatie ging het mis, ik had geld nodig. Ik begon met wat kleine criminaliteit, goed voor mijn reputatie, maar ik moest meer geld verdienen. Ik dacht na over de mogelijkheden. Ik heb gedacht aan het beroven van oude vrouwen, maar dat is niet echt mijn stijl. Ik vind dat zielig en de kans is groot dat mensen mij herkennen. Hetzelfde gold voor gewapende overvallen. Erg gewelddadig en de kans op herkenning is groot. Een tv uitzending, volgens mij was het een documentaire bij Zembla, bracht me op het idee van afpersing. De kans om gepakt te worden is klein, je blijft anoniem en de kans is relatief groot dat bedrijven gewoon betalen...”. (Sander)

De andere respondenten gaven soortgelijke overwegingen. Daarnaast was tevens sprake van “copy-cat gedrag”: ze werden op het idee gebracht doordat ze over productafpersing gelezen hadden (in boeken, internet, kranten of tijdschriften) of dat ze op tv een uitzending hadden gezien waarin aandacht aan dit onderwerp werd besteed.

Zo vertelde Sander:

”Een programma op tv bracht mij op het idee. In die reportage werd gezegd dat de kans om gepakt te worden erg klein is, terwijl er meerdere bedrijven zouden zijn die gewoon betalen om van het gezeur af te zijn”. (Sander)

Ook Nico en Joerie vertelden dat zij op het idee gebracht waren door eerder gepleegde afpersingszaken die op tv en in de kranten hadden gestaan. Nico gaf als aanvulling daarop aan dat:

”... bij afpersing is de kans klein dat je gepakt wordt, je laat weinig sporen achter en je hebt een mogelijkheid om in een keer een grote slag te slaan...”. (Nico)

Opvallend was de uitspraak die een van de respondenten, IJsbrand, deed in een proces-verbaal van verhoor. IJsbrand gaf daarin aan dat zijn ouders vroeger waren afgeperst en dat ook hij het als een nare ervaring had ervaren. Het had een behoorlijke impact binnen het gezin. Toch besloot hij, ondanks het feit dat hij zelf had meegemaakt wat de gevolgen ten opzichte van het slachtoffer zijn, om tot afpersing over te gaan. Zo'n ervaring hadden de andere respondenten niet gehad en zij kwamen er pas na hun daad achter wat hun actie bij het slachtoffer had veroorzaakt. Zij gaven aan dat ze dat van tevoren niet hadden bedacht en er ook geen rekening mee hadden gehouden. Illustratief hiervoor is het verhaal van Joerie:

”Door gebruik te maken van angst, door anderen te overbluffen en je brief goed samen te stellen kun je geld krijgen. Het enige wat ik hoefde te doen was schrijven, fysiek deed ik niets... de geleden schade kan door andere bankfilialen worden gecompenseerd, zodat niemand er de dupe van hoeft te worden...”. (Joerie)

Pas na zijn arrestatie beseftte hij dat hij wel heel simplistisch had gedacht en dat hij geen rekening had gehouden met de psychische gevolgen van zijn daad voor de slachtoffers.

Motief

Op basis van de geanalyseerde dossiers en de interviews met afpersers kunnen de motieven voor productafpersing grofweg ingedeeld worden in twee soorten: materieel en immaterieel. In het geval van materiële motieven kan weer een tweedeling gemaakt worden, namelijk enerzijds acute geldnood en anderzijds een ‘grote klapper’ willen maken. Bij de acute geldnood wordt productafpersing gezien als laatste redmiddel en is die te beschouwen als een soort wanhoopsdaad. Een duidelijk voorbeeld hiervan is de verklaring van Samuël zoals deze te lezen is in de politiedossiers:

”Ik verloor mijn baan, had de nodige schulden, kreeg dure rekeningen van onverwachte uitgaven etc. Ik zat financieel geheel aan de grond terwijl ik mijn gezin moest onderhouden. Op tv zag ik een uitzending waarin een gezin, uit mijn woonomgeving, een belachelijk hoog bedrag had gewonnen. Ik vond dat zij wel heel veel geld hadden

gewonnen en dat ze daar wel een bedrag van konden missen, waarop ik besloot om een dreigbrief te sturen en geld te eisen. Hierdoor zou ik al mijn schulden kunnen aflossen en het leven weer wat rooskleuriger kunnen zien.” (Samuël)

Bij de tweede variant, die van de ‘grote klapper’, staat de dader niet onder (acute) druk dat er geld moet komen. Deze daders kunnen hun daad beter overzien en voorbereiden. Een duidelijk voorbeeld hiervan is het verhaal van Nico. Nico had een goede baan met een vaste aanstelling. Hij had geen of geen noemenswaardige schulden en werd vanuit financieel oogpunt niet gedwongen om tot zijn daad te komen. Tijdens het interview vertelde Nico:

“Als ik ooit iets op crimineel terrein zou doen, dan zou ik het groots en goed aanpakken. Vooral gedreven door mijn eigen hebzucht, dat zorgde er uiteindelijk voor dat ik het criminele pad ben opgegaan. Ik heb heel duidelijk een afweging gemaakt...”. (Nico)

Bij de afpersers die vooral vanuit immaterieel oogpunt komen tot productafpersing, spelen voornamelijk psychische motieven een rol. Dit kan zijn dat ze wraak willen nemen op het bedrijf, zich in hun trots gekrenkt voelen. Typische voorbeelden hiervan zijn de verhalen van IJsbrand en Joerie. IJsbrand nam wraak op zijn baas en het bedrijf van zijn baas omdat hij een bepaald (prestige) project misliep. Volgens zijn baas door zijn eigen toedoen. Hij voelde zich in zijn trots gekrenkt. Joerie daarentegen voelde zich als persoon misplaatst en wilde met zijn daad bewijzen dat hij wel degelijk iets kon voorstellen. Hij vertelde:

“Ik was erg ambitieus, maar zat op de verkeerde school. Ik had wilde plannen, maar iedereen verklaarde me voor gek en ik voelde me belachelijk. Niets van wat ik voorstelde, lukte. Ik voelde me mislukt. Afpersing was een daad waarin ik mijn ei kwijt kon. Het is simpel. Puur door schijn en bluf kun je mensen bewegen om geld af te geven. Met het geld kon ik mijn plannen verwezenlijken, kon ik aantonen dat ik wel degelijk wat voorstel...” (Joerie)

Deze daders waren door emoties overmand en als reactie hierop gingen zij een bepaald bedrijf afpersen.

Wat anders ligt het in het geval van Ger. Bij hem ging het niet om een opwelling, maar om een weloverwogen spel dat hij in detail had doordacht. Ook hier was er in aanvang sprake van een immaterieel motief, maar werd het een spel om hier winst uit het slaan. Ger gaf tijdens het interview aan dat zijn drijfveer geen geld was. Geld had hij in feite niet nodig. Hij had een goede baan en bezat divers onroerend goed. Ger vertelde dat hij in het gulden tijdperk miljonair zou zijn. Geld was niet zo zeer zijn drijfveer, eerder de kick van de spanning, het uitdenken van het spel:

“Ik had geen haast met mijn stappen. Ik liet me ook niet opnaaien door deadlines. Ik was rustig en bedaard. Vanaf het begin zag ik het als een spel met als beloning een methode om aan geld te komen. Het was de kick van de spanning, het geld had ik niet echt nodig...”. (Ger)

Voorbereiding

Het zal weinig verrassen dat wanneer de (poging tot) productafpersing wordt ingegeven door acute geldnood, de daders minder doordacht te werk te gaan dan degenen die gaan voor de

'grote klapper' en in betrekkelijke rust hun zaken goed kunnen overdenken en voorbereiden. Desalniettemin viel tijdens de interviews op dat alle vijf respondenten, ook degenen in acute geldnood en die met een immaterieel motief, een min of meer weloverwogen en bewuste keuze hebben gemaakt om tot deze actie te komen. Ze werden niet gedwongen door anderen en hebben zelf hun strategie en plan bedacht. Maar bij het bepalen van de te volgen strategie zijn wel de nodige verschillen te bespeuren. Zo gaven Bennie en Ger aan dat ze met afpersing van een bedrijf begonnen en vervolgens keken naar de reactie. Ze bouwden hun actie langzaam op en leerden van de gemaakte fouten. Ze persten verschillende bedrijven af om hun methode verder te verbeteren en voerden de druk zelfstandig op.

"Ik probeerde dingen rustig te overdenken en uit te stippelen en vervolgens keek ik of het werkte. Ik had geen haast met mijn stappen. In alle gevallen dat ik bedrijven heb afgeperst, was de methode in essentie hetzelfde. Proefondervindelijk verbeterde ik mijn methode". (Ger)

Daarentegen trokken IJsbrand Joerie en Samuël er minder tijd voor uit. Het was eerder een wanhoopsdaad, een laatste redmiddel. Samuël zei hierover erg treffend:

"Na een tv uitzending kwam het plan voor afpersing in me op. Het was meer in een opwelling, na wat financiële tegenslagen. Ik zocht wat dingen op en ging achter mijn computer aan de slag. Mijn vrouw wist van niets". (Samuël)

Een echt goed overwogen plan, zoals bij Ger en Bennie, hadden deze daders niet. Met veel aspecten is geen rekening gehouden en ze lieten zich te veel leiden door hun eigen emoties en psychische gesteldheid.

Keuze van het slachtoffer

De ene keer wordt het (potentiële) slachtoffer bewust gekozen, de andere keer gebeurt dit tamelijk willekeurig. Zo werd de keuze van zowel Nico als IJsbrand ingegeven door antipathie tegen het bedrijf.

"Ik moet zeggen dat ik in die tijd een gloeiende hekel had aan het bedrijf. Het bedrijf was in die tijd ook vaak negatief in de media. Deze negatieve berichtgeving zorgde ervoor dat mijn niet al te positieve mening over dit bedrijf een nog negatievere lading kreeg." (Nico)

Anderen kozen het bedrijf bewust uit omdat het bedrijf groot en rijk is en vanuit het verleden bekend was dat het vaker afgeperst was en betaald had, zoals in het geval van Dirk. Deze bewuste keuze staat in schril contrast bij de manier hoe anderen te werk zijn gegaan. Zij waren hier meer willekeurig in en lieten hun keuze voor het bedrijf leiden. Zo bladerde Sander in de Gouden Gids. Ger vertelt hierover:

"De slachtoffers zocht ik at random uit. Ik had geen voorkeur. Uiteraard heeft het geen zin om de bakker op de hoek te gaan afpersen, het moeten grotere bedrijven zijn". (Ger)

Vooraf producenten en verkoopcentra van voedingsmiddelen lijken, zoals in vorige hoofdstukken naar voren kwam, bovengemiddeld slachtoffer van afpersing te zijn. Toch komen

ook andersoortige bedrijven op het lijstje van slachtoffers voor. Ze worden bijvoorbeeld afgeperst voor de producten of diensten die ze leveren, of de veiligheid van hun klanten wordt op andere wijze in gevaar gebracht waardoor ze af te persen zijn. De afpersingszaken waar Bennie verantwoordelijk voor is (een vervoersbedrijf en een doe-het-zelfketen) tonen dit goed aan.

Technieken om uit handen van justitie te blijven

Zoals al eerder is opgemerkt, maken daders van afpersingszaken vaak de nodige 'beginnersfouten'. Fouten die je niet verwacht als het om doorgewinterde criminelen zou gaan, omdat zij de wet, de opsporingstechnieken e.d. vaak nog beter dan de overheid en de opsporingsdiensten zelf kennen. Voor de politie is het echter een 'geluk' dat er 'beginnersfouten' worden gemaakt. De opsporingskansen worden hierdoor vergroot en de bewijsvoering vereenvoudigd.

Toch waren de onderzochte daders niet geheel 'out of the blue' aan hun acties begonnen. Sommigen hadden vanuit het verleden een redelijke staat van dienst opgebouwd en waren daardoor op de hoogte van de werking van het politie- en justitie apparaat. Anderen vergaarden kennis door naar documentaires op tv te kijken of internetsites te raadplegen. Ook lazen ze boeken over opsporingstechnieken e.d., waardoor ze kennis vergaarden over de werkwijze van politie en justitie. In de meeste onderzochte gevallen hielden de daders bijvoorbeeld rekening met het achterlaten van forensische sporen (dactyloscopisch en DNA).

"Nadat ik de brieven had getypt, maakte ik er een kopie van. Ik zorgde ervoor dat er geen vingerafdrukken of DNA op de brieven zouden zitten." (Sander)

Daarnaast waren ze vaak op de hoogte van het bestaan van specialistische politie-eenheden (zoals een arrestatie- en observatieteam) en hielden ze rekening met de technische mogelijkheden die de politie tot haar beschikking heeft (afluisteren van telefoons). Meerdere respondenten gaven aan dat ze probeerden om de politie een stap voor te zijn en dat ze verschillende technieken gebruikten om de opsporing te bemoeilijken (bijvoorbeeld door gebruik te maken van prepaid telefoons, internetcafés, etc). In hun achterhoofd hielden zij er rekening mee dat ze gepakt konden worden. Sommigen hadden hier lang over nagedacht en hadden een verhaal klaar of zorgden voor de nodige alibi's. Anderen hadden er minder bij stilgestaan en werden er pas bij de arrestatie daadwerkelijk mee geconfronteerd.

Toch waren de meeste daders (let wel: het gaat hier steeds om personen die wel door de politie werden getraceerd!) niet van alle opsporingstechnieken op de hoogte. De nodige sporen en andere bewijslast waren eenvoudig te achterhalen (bestanden op computer, het gebruikte gif, de verzonden brieven, het wapen etc.). Van een aantal specifieke opsporingsmethoden wisten ze het bestaan niet af.

"Tijdens het rijden raakte de prepaid telefoon leeg. De telefoonkaart werd in een ander, ons eigen, toestel gestopt. We wisten toen nog niets van Imei nummers af. Stom, als we niet van telefoon hadden gewisseld, hadden ze ons niet kunnen traceren." (Nico)

Samenvatting

Op basis van analyse van dossiers van tien daders en interviews met vijf van hen⁶, kunnen we concluderen dat het bij productafpersing niet om één type dader gaat. De achterliggende motieven, de criminele antecedenten, de voorbereiding, de keuze voor het slachtoffer en de gehanteerde technieken, zijn te verschillend om te kunnen spreken van een type afperser. Een indeling in meerdere typen lijkt eerder op zijn plaats.

Voor zover bekend bestaat er tot nu toe geen empirisch gefundeerde typologie van productafpersers. Wel bestaan er typologieën van daders van allerlei andere delicten. Zo onderscheidt Weisburd et al. (1991) bij fraudeurs drie typen: de 'chronic offenders', de 'crisis-responders' en de 'opportunity takers'. Deze indeling zou vertaald kunnen worden in respectievelijk 'chronische daders', 'wanhoopsdaders' en 'gelegenheidsdaders'. Deze indeling lijkt een goede basis te bieden voor een typologie van productafpersers, met dien verstande dat de indeling van Weisburd bij onze respondenten niet echt houdbaar is, maar het geeft wel de eerste aanzet. Wij zijn, op basis van onze gegevens, eerder geneigd om over een mogelijke vierdeling te praten.

Het eerste type, misschien wel het beste te betitelen als 'professionals', zien we terug bij Ger, Bennie en Nico. Deze titel impliceert overigens niet dat het om beroepsmatige daders gaat. Dit type dader heeft een duidelijk plan gemaakt, heeft zich goed voorbereid en heeft diverse stappen overwogen. Hun motief is geld, zij hebben een criminele achtergrond of hebben zich goed ingelezen en hebben bewust voor hun actie gekozen. De slachtoffers kunnen zowel bewust gekozen worden als berusten op pure willekeur. Ze hebben rekening gehouden met de opsporingstechnieken van politie en justitie en het feit dat ze gepakt kunnen worden zien ze realistisch onder ogen.

Het tweede type noemen we de 'wanhoopsdader'. Ook bij dit type staat materieel gewin op de voorgrond, maar deze daders hebben hun actie meer vanuit een opwelling gedaan, dan dat er sprake was van een goed voorbereide daad, zoals bij het eerste type. Voorbeeld van de wanhoopsdader zijn: Dirk, Samuël, IJsbrand en Sander. Doordat deze daders hun acties minder goed overwogen hebben, hebben ze minder rekening kunnen houden met bijvoorbeeld de opsporingstechnieken van politie en justitie. Doordat dit type daders gedreven is door wanhoop en doordat een bedrijf in sommige gevallen (mede) verantwoordelijk kan zijn voor hun misère, kiest dit type soms bewust voor een specifiek slachtoffer.

Ook het derde type van Weisburd zien we terug bij de productafpersers, namelijk dat van de 'gelegenheidsdader'. Iwan is hiervan een duidelijk voorbeeld die in deze groep ingedeeld kan worden. Een goed en wel overwogen plan is vaak niet voorhanden, ze zien een kansje om op een betrekkelijk eenvoudige manier aan geld te komen en grijpen die kans, zonder echt goed over de voor- en nadelen nagedacht te kunnen hebben.

⁶ Bij een zesde dader kwamen we niet verder dan een informeel gesprek. Aan een diepte interview wilde hij niet meewerken.

Als vierde type onderscheiden we de 'psychische dader'. Wellicht zouden we dit type moeten onderverdelen in twee subtypen, of opsplitsen in twee aparte typen. Joerie is een duidelijk voorbeeld van de dader met een problematische psychische achtergrond. In zijn handelen ter zake de productafpersing lijkt hij sterk op de wanhoopsdader, maar de aanleiding ligt niet in acute geldnood. Hij woonde nog thuis, had een bijbaantje en had geen schulden. Hij voelde zich als persoon misplaatst, niet voor vol aangenomen. Hij lag met zichzelf overhoop en was het spoor bijster. Joerie heeft nooit nagedacht over de gevolgen van zijn daad en hield de illusie hoog dat hij het verkregen geld met rente zou terug betalen. Anders ligt het bij Ger, die we de 'spanningszoeker' zouden kunnen noemen. Hij zat bepaald niet zonder geld, in tegendeel. Voor hem betekende de productafpersing vooral een psychologisch spel, hij kickte op de spanning die het afpersen opleverde en de afleiding die dit gaf in zijn leven. Gezien de voorbereiding, de rationele keuze, het afwegen voor de voors en tegens van zijn actie e.d. zou Ger ook geplaatst kunnen worden onder de "professionals".

Deze typologie kan niet meer zijn dan een eerste aanzet. De empirische basis is beperkt en behelst slechts tien daders, die bovendien allen zijn ontdekt door de politie. We pretenderen dan ook niet dat onze indeling afdoende is en gegeneraliseerd kan worden. Dit geldt zowel in kwalitatieve als in kwantitatieve zin. Kwalitatief kan de hier gepresenteerde indeling gebruikt worden als start voor verder en meer verdiepend onderzoek op dit terrein. Indien er meer gegevens voorhanden komen, kan de hier gepresenteerde indeling verder worden verfijnd, aangevuld of gecorrigeerd. Wat betreft het kwantitatieve aspect moge duidelijk zijn dat, ook als onze typologie volledig en dekkend zou zijn, er op basis van onze gegevens geen enkele uitspraak gedaan kan worden over welk type daders het meeste voorkomt.

5

CONCLUSIES

In deze rapportage staat het delict productafpersing in Nederland centraal. Naast een overzicht van de aard en omvang van dit delict in Nederland wordt er ingezoomd op de slachtoffers van productafpersers en de daders.

Voor het onderzoek werden verschillende methodes toegepast. Literatuurstudie, dossieranalyse, interviews met daders en interviews met slachtoffers vormden de belangrijkste elementen. Er is weinig bekend over productafpersing in het algemeen, en nog minder over productafpersing in Nederland. Dit was de reden voor het Korps landelijke politiediensten (KLPD) om aan het Bonger Instituut voor Criminologie te vragen om assistentie bij hun onderzoek naar productafpersing. Daarom hebben wij hun definitie gehanteerd:

“Hij die, met het oogmerk om zich of een ander wederrechtelijk te bevoordelen, door geweld of bedreiging met geweld een onderneming die producten of diensten aanbiedt dan wel een vertegenwoordiger van deze onderneming, vanuit de anonimiteit, dwingt hetzij tot de afgifte van enig goed dat geheel of ten dele aan deze of aan derde toebehoort, hetzij tot het aangaan van een schuld of het teniet doen van een inschuld, hetzij het tot ter beschikking stellen van gegevens met geldswaarde in het handels- verkeer, wordt als schuldig aan productafpersing gestraft.”

Het delict vertoont overeenkomsten met chantage, afpersing, bedreiging en ontvoering, maar verschilt ook in een aantal opzichten. De belangrijkste kenmerken van productafpersing zijn de hoge anonimiteit van de dader, het voornamelijk gericht zijn op grotere bedrijven en het – afgezien van eenmalige pogingen – ‘voortdurende’ karakter van het delict (er is een constant contact tussen de dader en het slachtoffer en/of de politie).

Omvang

Uit de literatuur blijkt vooral dat productafpersing bepaald geen veelvoorkomend delict is. De aangiftebereidheid van de slachtoffers lijkt minder groot dan bij andere delicten. Dit komt doordat voor bedrijven het bekend worden van het dreigement schadelijker kan zijn dan het dreigement op zich. Bij bekendmaking van een poging tot productafpersing kan het bedrijf aanzienlijke schade oplopen door het teruglopen van de verkoop. Soms nemen de slachtoffers een enkele brief met dreigement gewoonweg niet serieus en wordt het daarom niet aan de politie gemeld. Bedrijven nemen ook wel particuliere beveiligingsorganisaties in de arm en zullen daardoor niet alle zaken melden bij de politie.

De bedrijven die vaker met productafpersingszaken te maken hebben gehad, hebben hun organisatie vakkundig en efficiënt ingericht in voorkomende gevallen. Indien een bedrijf sterke aanwijzingen heeft dat de dader van een afpersingszaak binnen het eigen bedrijf gezocht moet worden, dan verkiezen veel bedrijven ervoor om zo'n incident niet aan de grote klok te

hangen. De politie wordt niet in kennis gesteld. Ook bij irreële dreigingen wordt de politie niet in kennis gesteld. De politie is dus niet op de hoogte van alle zaken die zich in den lande spelen.

Vooraf de schade die het imago van het bedrijf of de naam van het bedrijf kan oplopen bij dit soort zaken, is voor de slachtoffers van groot belang. Dit bedrijfsbelang kan haaks staan op het belang van politie en justitie. Het bedrijf wil enkel van de bedreiging af, terwijl politie en justitie een dader willen opsporen en berechten.

Bij het KLPD waren de dossiers van 92 gevallen van productafpersing te vinden, van 1985 tot medio 2005. Er valt de afgelopen jaren een stijgende lijn te zien in het aantal zaken, maar dit zou ook een artefact kunnen zijn van betere (centrale) registratie. De kwaliteit van de informatie die in de dossiers te vinden is, is erg wisselend. In onze dossieranalyse hebben we vooral veel aandacht besteed aan de brieven, omdat die gegevens meestal wel aanwezig waren, in tegenstelling tot een hoop andere informatie.

De slachtoffers

Verreweg de meeste slachtoffers zijn middelgrote tot grote bedrijven, vooral in de levensmiddelenindustrie, die zich richten op de eindconsument. Het zijn vaak van oorsprong Nederlandse bedrijven. Het kiezen van een bedrijf als slachtoffer gebeurt in sommige gevallen puur willekeurig, maar kan evenzeer zijn ingegeven door frustratie van de afperser. Daarnaast kan de afperser op het idee zijn gekomen om een bepaald bedrijf af te persen door de aandacht die media, internet of anderen aan een eerdere afpersingzaak hebben gegeven (copycat-gedrag).

Het dreigement

In de meeste zaken was er sprake van één slachtoffer en meestal ontvingen deze bedrijven het dreigement per brief. In een op de tien gevallen werd een monster toegestuurd, dat wil zeggen een voorproefje van het dreigement in uiteenlopende vormen. In tweederde van de zaken bleef het bij één brief; het maximum aantal brieven in dezelfde zaak was twaalf. Meestal wordt er gedreigd met het vergiften van producten, maar ook (bijna even) vaak met geweld of een aanslag.

Wanneer we kijken naar de inhoud van de brieven, blijken er een aantal verbanden te zijn:

- Des te reëler het dreigement, des te minder wordt het afdrachtscenario beschreven.
- Hoe groter het aantal brieven, hoe minder van het afdrachtscenario in de brief staat.
- Des te reëler het dreigement, des te vaker wordt er een monster meegestuurd of het dreigement al (deels) uitgevoerd.
- Hoe hoger de dreiging (monster of uitvoeren dreigement), hoe vriendelijker de eerste brief.
- Hoe meer interne kennis er in de brief staat, hoe vriendelijker de brief.

Over de jaren heen valt een verharding van het delict te zien:

- Bij het aanspreken van het slachtoffer in de brief wordt steeds minder de beleefde U-vorm gebruikt en steeds vaker 'je' en 'jullie', de gebiedende vorm komt uitsluitend voor in de afgelopen vijf jaar.
- De toon van de brief is in de afgelopen twintig jaar steeds meer verschoven van neutraal naar vijandig en agressief. In de afgelopen vijf jaar zijn er helemaal geen brieven met vriendelijke toon geweest.
- De inhoud van de dreigementen is over de jaren verschoven van contaminatie naar geweld. (Dit kan overigens mede te maken hebben met het stapsgewijs oprekken van de definitie van productafpersing.)

Definitie

Tijdens dit onderzoek kwamen we steeds meer tot de conclusie dat de definitie van productafpersing zoals hij door ons gehanteerd werd, niet zonder problemen is. Deze definitie richt zich immers meer op het *slachtoffer* dan op de handeling, om het delict te kunnen onderscheiden van andere delicten, zoals bedreiging, chantage, afpersing en ontvoering. Dat is eigenlijk vreemd, omdat vanuit de meeste delicten gedefinieerd worden naar de handelingen die uitgevoerd zijn. Het is bij productafpersing niet noodzakelijk om het accent zo op het slachtoffer te leggen, het onderscheidt zich volgens de gehanteerde definitie ook in de *daad* van deze vormen van criminaliteit: het vormt een bedreiging voor de volksgezondheid. Niet in alle dossiers die door ons onderzocht zijn, werd een dreigement geuit richting de volksgezondheid, maar deze zaken riepen bij ons dan ook twijfels op over de definitie. Wanneer wordt een productafpersing een 'gewone' afpersing van iemand, die veel geld bezit en 'toevallig' ook directeur is van een groot bedrijf? Wanneer is zo'n individu een gewoon mens en wanneer, zoals in de door ons gehanteerde definitie, een vertegenwoordiger van een bedrijf? Het is wel belangrijk te herkennen dat dit een glijdende schaal is: het is geen simpele indeling van helemaal wel of helemaal geen bedreiging van de volksgezondheid. Sommige gevallen van productafpersing zullen tegen eenvoudige afpersing of andere delicten aanschuren, het omgekeerde komt ook voor. Hierbij zal juist die nadruk op de volksgezondheid een helpende hand bieden, denken wij.

De daders

Over de daders van productafpersingszaken kan over het algemeen gesteld worden dat het geen doorgewinterde, zware criminelen zijn. Een indeling in type daders, zoals wij in dit onderzoek hebben gedaan, geeft de diversiteit aan. Onze typologie is vooralsnog tentatief en dient door toekomstig onderzoek getoetst en eventueel verder verfijnd te worden. De door ons gehanteerde indeling is als volgt:

- Type 1 'professionals'. Dit type dader heeft een duidelijk plan gemaakt, heeft zich goed voorbereid en heeft diverse stappen overwogen. Het motief is geld en zij hebben ervaring opgedaan vanuit hun eigen criminele verleden of hebben zich anderszins in hun vak bekwaamd.
- Type 2 'wanhoopsdader'. Dit type dader heeft vaak een acute geldnood. Het materiële gewin staat dan ook op de voorgrond. Ze hebben hun actie echter meer vanuit een

opwelling gedaan, dan dat er sprake was van een goed voorbereide daad. Hierdoor hebben ze minder rekening kunnen houden met de opsporingstechnieken van politie en justitie. Sommigen kiezen bewust voor een specifiek slachtoffer, omdat ze het bedrijf in kwestie mede verantwoordelijk achten voor hun misère.

- Type 3 'gelegenheidsdader'. Bij dit type dader is een goed en wel overwogen plan niet voorhanden. Ze zien een kansje om op een betrekkelijk eenvoudige manier aan geld te komen en grijpen die kans zonder echt goed over de voor- en nadelen te hebben nagedacht.
- Type 4 'psychische dader'. Dit type dader pleegt zijn daden vanuit een problematische, psychische achtergrond. In zijn handelen lijkt dit type dader sterk op de wanhoopsdader, maar de aanleiding ligt niet in de acute geldnood.

Bij drie van de vier typen lijkt de beslissing om een bedrijf af te persen door middel van productafpersing het resultaat van een bewuste afweging van de voor- en nadelen. Bij het eerste type, de 'professionals', draait het vooral om geld. Zij maken een duidelijk afweging en plannen hun delict ook uitgebreid. Het tweede type, de 'wanhoopsdader' ziet de voordelen vooral in het direct krijgen van geld, waardoor zij uit hun benarde financiële positie bevrijd kunnen worden. Omdat het hen vooral gaat om het snel bereiken van dit doel, gaan ze minder doordacht te werk. Toch hebben zij wel nagedacht over de voor- en nadelen van het delict. Ze hebben nog steeds een bewuste keuze gemaakt. Het derde type, de 'gelegenheidsdader', komt een kans tegen die eigenlijk te mooi is om te laten liggen. Van tevoren zagen ze geen noodzaak om dit delict te plegen, maar nu het ze min of meer in de schoot geworpen wordt, zien ze heel veel voordelen en erg weinig nadelen. Ook hier is het een bewuste afweging om de productafpersing in de praktijk te brengen. Alleen het laatste type, de 'psychische dader', handelt in een emotionele toestand en staat niet eens stil bij de voordelen van productafpersing, laat staan de nadelen. Bij dit type is rationaliteit ver te zoeken.

LITERATUUR

- Bovenkerk, F. et al. (2005). *Bedreigingen in Nederland*. Amsterdam, Antwerpen: Augustus.
- Cremin, B. (2001). Extortion by product contamination: a recipe of disaster within the food and drink industry. *American Behavioural Scientist*, Vol.44, No. 6, 1042-1052.
- Doeg, C. (1995). *Crisis Management in the food and drinks industry*. London: Chapman and Hall.
- Eck, C. van (2001). *Door bloed gezuiverd. Eerwraak bij Turken in Nederland*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Gezik, E. (2003). *Eer, identiteit en moord: een vergelijkende studie tussen Nederland, Duitsland en Turkije*. Utrecht: Nederlands Centrum Buitenlanders.
- Schenk, W. (2002). Bedrijven in voeding bedreigd; afpersers willen voedsel verontreinigen. *De Volkskrant*, 16 september 2002.
- Stüllenberg, K. (2001). *Produkterpressung in Deutschland: eine empirische Untersuchung zum Dunkelfeld und zu Präventionsmassnahmen im Food-Bereich*. Steinfurt/Münster.
- Vogelsang, H. (2004). Korrels in de vla. *Recherche Magazine*, Vol. 3, 12-14.
- Weisburd, D., Wheeler, S., Waring, E. & Bode, N. (1991). *Crimes of the middle classes: white-collar offenders in the federal courts*. New Haven: Yale University Press.

Dit is deel IV van de Bonger Reeks, een onderzoeksreeks van het Bonger Instituut voor Criminologie, Amsterdam, in samenwerking met Rozenberg Publishers.

In deze serie zijn ook verschenen:

Deel III – *Dirk J. Korf, Erika van Vliet, Jaap Knotter & Marije Wouters – Tippelen na de zone. Straatprostitutie en verborgen prostitutie in Amsterdam. 2005. ISBN 90 5170 075 X*

Deel II – *Marije Wouters & Dirk J. Korf – Wiet Wijs. Cannabisgebruik bij leerlingen in opvangprojecten en speciaal voortgezet onderwijs. 2004. ISBN 90 5170 996 X*

Deel I – *Dirk J. Korf, Marije Wouters, Ton Nabben & Patrick van Ginkel – Cannabis zonder Coffeeshop. Niet-gedoogde cannabisverkoop in tien Nederlandse gemeenten. ISBN 90 5170 977 3*

Andere titels die het Bonger Instituut voor Criminologie heeft uitgegeven in samenwerking met Rozenberg Publishers zijn:

Ton Nabben, Annemieke Benschop & Dirk J. Korf (2005). Antenne 2004: Trends in alcohol, tabak en drugs bij Jonge Amsterdammers. ISBN 90 5170 493 3

Ton Nabben, Larissa Quaak & Dirk J. Korf (2005). Trendwatch 2004-2005: Gebruikersmarkt uitgaansdrugs in Nederland. ISBN 90 5170 460 7

Dirk J. Korf, Marije Wouters, Annemieke Benschop & Patrick van Ginkel (2004). Sterke Wiet: Een onderzoek naar blowgedrag, schadelijkheid en afhankelijkheid van cannabis. ISBN 90 5170 792 4

Dirk J. Korf, Annemieke Benschop & Tibor Bunt (2003). Pillen testen in Nederland. ISBN 90 5170 730 4

Dirk J. Korf, Ton Nabben, Frank Leenders & Annemieke Benschop (2002). GHB: Tussen extase en narcose. ISBN 90 5170 622 7