

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

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 in-schuld, 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.