

erop wijzen dat er een gebrek aan explosieven is of, misschien nog wel belangrijker, weinig vrijwilligers. Mogelijkerwijs betekent het ook dat er minder steun onder de bevolking is dan veel commentatoren ons willen doen geloven.

3. De Indonesische autoriteiten slagen er gedeeltelijk in de plannen van de Islamitische extremisten te frustreren. Dit ondanks het feit dat het de regering niet gelukt is Jemaah Islamiyah tot terroristische organisatie te verklaren, wat suggereert dat het land nog niet overtuigd is dat militante islamieten een serieuze bedreiging vormen.

Naast de verhoogde activiteit ten behoeve van cliënten op de internationale alarmcentrales hebben security medewerkers van International SOS de volgende acties ondernomen.:

- Met geïntegreerde medische- en veiligheidsdiensten worden cliënten geïnformeerd over opnames van personen in lokale ziekenhuizen.
- De verschillende locaties bezocht en data voor

online rapportage aangeleverd inzake schade, methodologie en mogelijke vervolg aanslagen.

- Cliënten geïnformeerd over vermiste familieleden/werknemers en reisadviezen voor de regio verstrekt.
- Contact onderhouden met lokale autoriteiten en andere veiligheidsanalysten om mogelijke vervolg aanslagen op doelwitten met veel westerlingen te bepalen.

Tegelijkertijd maakte de security desk aangepaste adviezen inzake persoonlijke veiligheid, voorgenomen reizen, te mijden gebieden, etc. voor gebruik door cliënten met expats en internationale reizigers.

Gedeeltelijke vertaling uit het Engels van een International SOS Special Intelligence Report. Het hele rapport kunt u opvragen door een e-mail met Bali in het onderwerp te sturen naar: [sosnetherlands@internationalsos.com](mailto:sosnetherlands@internationalsos.com)

*Meer en meer worden beveiligers in TV reclames neergezet als losers, sukkels, mensen die spelen met spullen van de opdrachtgever, mensen die de boel afluisteren en ga zo maar door.*

# Beveiligers of Sukkels? Deel 1

Ronald Eygendaal

**D**e afgelopen jaren is het imago van beveiligers er niet beter op geworden. Waag het niet om op een verjaardag te vertellen dat je werkt als gediplomeerd beveiligers. Als je wel het lef hebt, dan word je overspoeld met negatieve reacties. Deze reacties zijn in de trant van; dan heb je zeker niet veel te doen; daar heb je weer zo'n zeikstengel tot aan daar zal je wel niet veel voor geleerd hebben. Hoogst zelden hoor je een positieve reactie. 'Waar komt dit toch vandaan?' zult u zich afvragen. In mijn optiek wordt dit negatieve beeld veroorzaakt door de TV reclames. Is het u niet opgevallen dat, met grote regelmaat, beveiligers een rol spelen in de TV reclame?

## CUP A SOUP EN DE GOUDEN GIDS

Ik zal u een aantal voorbeelden geven uit de afgelopen jaren TV reclame. In oktober 2005 is hij regelmatig op TV; de Cup a Soup reclame. In deze reclame zit een Hold Baggage Agent, ofwel een beveiligers, tassen te controleren op een luchthaven. De bagagescan apparatuur staat op de achtergrond. Een beveiligers zit aan een tafel achter het apparaat.

De beveiligers haalt een stapeltje kleren uit de tas en legt deze op de tafel en dan nog een stapeltje met kleren. Tenslotte vindt hij een piepklein nagelknippertje onder in de tas. Hij laat het nagelknippertje zien aan de eigenaar van de tas, zegt dat dit niet mag en neemt het nagelknippertje in beslag. Daarna stopt hij de kleren weer in de tas en krijgt de gecontroleerde zijn tas terug. Hierna komt er een muziekje en een tekst over een dipje, ook krijgt de beveiligers een bekertje 'Cup a

Soup', zodat hij er weer met energie tegenaan kan (In gedachten hoor ik het TV publiek al denken, hij zal wel moe zijn geweest!!). De context waarin deze beveiligers is geplaatst is niet positief te noemen. De man wordt neergezet als een chagrijn (die een dipje heeft) en die over een pietluttig nagelknippertje zeurt. (terwijl hij twee pakken drugs niet ziet.) De setting geeft al dan niet bewust geen positieve indruk van een beveiligers, ook TV kijkend Nederland valt dit op.

U kent de volgende TV reclame vast en zeker. De TV reclame van de Gouden Gids, twee beveiligers die een auto crash simulator moeten beveiligen en wat anders doen. De ene beveiligers zit in de auto op de crash simulator en de andere beveiligers staat in de controloerom vanwaaruit de crash simulator wordt bediend. Tot zijn schrik merkt de beveiligers in de auto dat de deur in het slot is gevallen en dat deze niet meer opengaat.

Onverwacht komt de crash simulator in beweging. In paniek zoekt de collega in de controle- room het telefoonnummer van een slotenmaker. Hiervoor gebruikt hij de Gouden Gids. De beveiligers in deze reclame worden neergezet als personen die niet van de spullen van de opdrachtgever kunnen afblijven. Ook deze reclame geeft een negatieve uitstraling over beveiligers.

Dan was er een koffiereclame van Nescafé. In deze reclame speelt een museum-beveiligers de hoofdrol. De beveiligers is bezig een schilderij te beveiligen en kijkt een beetje slaperig. Vervolgens ziet de TVkijker dat het schilderij wordt gestolen en de beveiligers geen actie onderneemt. Pas als de beveiligers een kopje Nescafé koffie drinkt ziet hij dat het schilderij weg is en onderneemt actie. Ook deze reclame was geen visitekaartje voor beveiligers.

Tenslotte was er nog die reclame van de coöperatieve bank waarbij een beveiligingsbeambte via de intercom mensen bij de slagboom afluistert. Het volgende scenario speelde. Twee mooie dames in een auto melden zich via de intercom bij de slagboom. De dames hebben een gesprek over hun financiële zaken zoals de hypotheek en het lenen van geld. De beveiligers laat de intercom open staan en is traag met het openen van de

slagboom om het gesprek zolang mogelijk te kunnen afluisteren. Vervolgens komt het logo van deze coöperatieve bank in beeld. Ook de coöperatieve bank zet hier een discutabel beeld van een beveiligers neer.

## CONCLUSIE

Het is niet de bedoeling van dit artikel om alle TV reclames met beveiligers te beschrijven. Er zijn er heel veel. Weet u nog de 'van Lunteren' reclame? Ook daar zat een beveiligers en een slagboom in.

Meer en meer worden beveiligers in TV reclames neergezet als losers, sukkels, mensen die spelen met spullen van de opdrachtgever, mensen die de boel afluisteren en ga zo maar door. Al jaren lang wordt het imago van beveiligers door de TV reclames geterroriseerd.

Tot mijn verbazing onderneemt de branche hier tegen geen actie en er liggen vanuit de branche geen klachten bij de reclamecodecommissie. Schijnbaar voldoen beveiligers aan het door de TV reclame opgewekte beeld, anders had de branche wel actie ondernomen. Het wordt tijd dat ik een ander beroep kies.

Wordt vervolgd...

## Nieuwe leden

Naam en bedrijf	Lid sinds	Regio
F.C.H. Born / Born Management en Beheer	per 01-07-05	Rotterdam
B. Nobel / Securitas Nederland BV	per 01-07-05	Den Haag
J.A. Verhoeven / Keyprocessor	per 01-07-05	Amsterdam
J.A. van Haastrecht / Securitas	per 01-07-05	Rotterdam
M. Plet / Securitas Nederland BV	per 01-07-05	Amsterdam
P.J. de Bruin / Securitas Nederland BV	per 01-07-05	Rotterdam
D. Eikenaar / Securitas Nederland BV	per 01-08-05	Noord
S.M. Vermeulen / Brinks Nederland BV	per 01-08-05	Midden
R. van Os / CSU Security	per 01-09-05	Zuid
J.F. Antonio / Hornbach	per 01-09-05	Amsterdam
J.P.M. Habraken / GTI Beveiliging bv	per 01-10-05	Zuid
W.J. Ch. Steilberg / Initial Varel Security B.V.	per 01-10-05	Den Haag
M.R. de Koning / TCN Property Projects	per 01-10-05	Den Haag
A. Schingenga / Safe Support	per 01-11-05	Den Haag

## In Memoriam

Afgelopen zomer bereikte ons het trieste bericht dat **Frans Sampers** op 3 augustus jongstleden op 59-jarige leeftijd is overleden.

De VBN, en in het bijzonder de regio Zuid, verliest in Frans een enthousiast en kundig lid met een enorme ervaring. Frans was altijd bereid zijn kennis en ervaring op het gebied van beveiliging te delen met zijn collega-leden. Met veel plezier was hij meer dan eens gastheer van VBN-regiobijeenkomsten in 'zijn' bedrijf, Océ.