



Detailhandel
Nederland



Bijlage bij de handreiking 'VERANTWOORD BEZOEK WINKELGEBIEDEN'

d.d. 15 mei 2020

SUGGESTIES & INSPIRATIE

Laat de bezoeker zich voorbereiden op het bezoek aan het winkelgebied

- Via de website van het winkelgebied en/of de gemeente, Facebookpagina's, Instagram etc. kunnen alle maatregelen vooraf duidelijk gecommuniceerd worden met de bezoeker.
- Zorg voor een actueel overzicht met openingstijden, bijvoorbeeld op de website van het winkelgebied, zodat bezoekers niet 'voor niets komen' (en weer terug moeten komen).
- Geef duidelijk aan wat de (te verwachten) dal- en piekuren zijn zodat de bezoeker vooraf een verstandige keuze kan maken om drukte te vermijden.
- Doe een duidelijke oproep naar de bezoeker om het winkelgebied (voorlopig) doelgericht te bezoeken; "Bereid je voor op het bezoek, en verminder zo het risico voor jezelf en anderen".
- Zorg dat de bezoeker vooraf (bijvoorbeeld online) kan onderzoeken of de gewenste producten aanwezig zijn (vooral bij non-food).
- Tip aan de bezoeker: maak (online) een boodschappenlijstje.

Help de bezoeker bij aankomst en vertrek (customer journey)

- Bedenk goed op welke wijze de bezoeker naar het winkelgebied toe komt; lopend, per fiets met de auto of het OV. Lopen en fietsen heeft de voorkeur. Zorg voor duidelijke aanwijzingen vanaf de fietsenstalling parkeerplaats en de OV-haltes.
- Ook bij parkeergarages en fietsenstallingen kan een maximale capaciteit worden aangegeven om te veel drukte te voorkomen.
- Geef een duidelijke (eenrichtingsverkeer)route aan naar het winkelgebied, indien wenselijk.
- Communiceer de maatregelen langs de routes op een manier die past bij het winkelgebied en de bezoekers.
- Denk goed na over het aantal gewenste hoofdentrees en uitgangen. Wellicht kunnen de bezoekersstromen beter gemanaged worden als fiets- of autoparkeerplaatsen gecentraliseerd worden? Of voer overleg om een OV-halte (tijdelijk) te verplaatsen.
- Kunnen de bezoekers voldoende afstand houden in de fietsenstallingen?
- Zijn de parkeerautomaten geschikt om snel en contactloos te betalen?
- Sluiten de OV-tijden aan op eventuele nieuwe openingstijden van het winkelgebied?



Detailhandel
Nederland



Suggesties voor crowdcontrolmaatregelen: VERMIJD DE DRUKTE

- Verruim de openingstijden zodat bezoekersstromen beter gespreid kunnen worden.
- Maak zo mogelijk afspraken met winkeliers om bijvoorbeeld niet allemaal tegelijk open te zijn en zo de drukte te spreiden. Om te voorkomen dat retailers veel meer uren open moeten zijn dan gebruikelijk kan bijvoorbeeld onderscheid worden gemaakt tussen food en non-food.
- Ondersteun winkeliers om na te gaan of een afsprakenmodule haalbaar is, bijvoorbeeld voor kleding- en schoenenwinkels in het centrum.
- Ondersteun lokale winkeliers in een winkelgebied om (gezamenlijk) producten online te verkopen via een goede omnichannel-aanpak (klantenbinding).
- Motiveer bezoekers om het winkelgebied te bezoeken in daluren. Bijvoorbeeld via een loyalty-spaarsysteem waarmee de bezoeker 'extra' kan sparen op rustige momenten voor een goodiebag met lokale producten, of introduceer time-slots voor speciale doelgroepen.
- Verlaag de parkeertarieven in daluren en verhoog de tarieven op piekmomenten.
- Installeer goede telsystemen zodat je weet hoeveel bezoekers tegelijk in het winkelgebied aanwezig zijn.
- Communiceer met de bezoekers in het winkelgebied het actuele druktebeeld 'realtime': bijvoorbeeld middels een 'stoplicht' met groen, oranje, rood licht.
- Als de horecagelegenheden weer opengaan; ga dan samen na waar terrassen eventueel vergroot kunnen worden om de 1,5 meter richtlijn te waarborgen. Kijk of terrassen bijvoorbeeld na 18:00 uur tijdelijk kunnen verruimen tot sluitingstijd.

Maak de VEILIG & SCHOON maatregelen duidelijk zichtbaar

- De gewenste eenrichtingsroute is duidelijk zichtbaar op plekken waar dat wenselijk is. Denk aan een uitgestippeld pad, *signing* door middel van lichten op de vloer, of een koord.
- Op drukke punten zijn speciale vlakken ingericht waar een wachtrij is toegestaan.
- Bankjes en rustpunten worden voorzien van duidelijk signing waardoor er minimaal 1,5 meter afstand zal worden gehouden.
- De hosts of coaches zijn duidelijk zichtbaar, herkenbaar en aanspreekbaar aanwezig in het winkelgebied op plaatsten en tijdstippen waar het wenselijk is.
- De schoonmakers zijn duidelijk zichtbaar in het centrum aan het werk (schoonmaken leuningen, bankjes, prullenbakken, deurknoppen, afvalverwijdering, etc).
- Op strategische punten zijn handwasunits beschikbaar voor bezoekers.
- Nu de toiletvoorzieningen in horecagelegenheden (nog) niet beschikbaar zijn kan de mogelijkheid worden nagegaan om een voorziening toe te voegen, speciaal voor darmpatiënten, kleine kinderen etc. Deze voorziening is niet bedoeld om de verblijfsduur te verlengen maar speciaal voor specifieke doelgroepen. Mogelijk kan een lokale ondernemer of instelling deze faciliteit beschikbaar stellen voor de genoemde doelgroepen.
- Er kunnen mondkapjes worden uitgedeeld – of te koop worden aangeboden via vending-machines - aan bezoekers.



Detailhandel
Nederland



platform
de nieuwe
winkelstraat



METEN IS WETEN. Ontwikkel samen een hanteerbaar kwantitatief model

- Binnen de winkel wordt de richtlijn gehanteerd van 1 bezoeker per 10 vierkante meter winkelvloeroppervlak. Voor winkelgebieden is deze richtlijn lastiger te bepalen. Hiervoor moet bekend zijn:
 - o Wat zijn de fysieke grenzen van het te managen winkelgebied?
 - o Wat is de oppervlakte van dit gebied, toegankelijk voor bezoekers?
 - o Hoeveel winkels zijn er in dit gebied tegelijkertijd open?
 - o Hoeveel personeelsleden werken in deze winkels?
 - o Hoeveel bezoekers kunnen er maximaal in deze winkels (tegelijkertijd) aanwezig zijn (inclusief eventuele wachtrijen)?
 - o Hoeveel bezoekers mogen dan nog tegelijk in de winkelgebieden worden toegelaten?
 - o Hoe tel je de bezoekers die het winkelgebied binnenkomen en weer verlaten?
- Op basis van het delen van *best practices*, in combinatie met het toepassen van technische oplossingen, moet hier zo snel mogelijk een werkbaar reken- en beheersmodel voor worden opgesteld.
- Door middel van het oprichten van een taskforce van deskundigen kan worden bepaald welke methode het beste werkt voor de verschillende winkelgebieden.
- Op basis van deze methode kan vervolgens per winkelgebied de maximale capaciteit van bezoekers (publiek in de openbare ruimte) bepaald worden.
- *(De initiatiefnemers van deze handreiking zullen het voortouw nemen om een methode te ontwikkelen, met input vanuit de markt).*

Mogelijke aanvullende maatregelen

- Wellicht is het mogelijk om een centrale speelplaats te faciliteren waar kinderen onder toezicht kunnen spelen terwijl een ouder aan het winkelen is, om zo te helpen bij de tweepersoonrichtlijn.
- Inventariseer voorzieningen in de buurt en de wijk; denk aan verzorgingstehuizen, zorginstellingen, buurthuizen, etc. Kunnen alle bewoners uit de voeten met de maatregelen? Biedt een buddysysteem mogelijkheden? Ga in gesprek met deze instanties.
- Maak goede afspraken over de venstertijden inzake het laden en lossen zodat leveranciers en bezoekers elkaar zo min mogelijk kruisen.

Tot slot: DE BEZOEKER IS WELKOM, en doet graag iets terug.

- Communiceer op een positieve toon die past bij je bezoekers en je winkelgebied. Het is de toon die de muziek maakt.
- Het is belangrijk dat de bezoeker er op kan vertrouwen dat het veilig en verantwoord is om winkelgebieden te bezoeken. Wees daarom transparant in wat wel en niet kan.
- Wees aanspreekbaar; zorg dat de bezoeker weet waar hij of zij terecht kan met goede ideeën?



Detailhandel
Nederland



platform
de nieuwe
winkelstraat

VAKCENTRUM
Voor zelfstandig retailondernemers



- Wederkerigheid; de bezoeker doet ook graag iets terug. Geef de bezoeker de kans zelf ook bij te dragen aan een schoon en veilig winkelgebied.
- Bouw aan een sterke community met alle bezoekers en de betrokken ondernemers (inclusief leveranciers, verhuurders, onderhoudsbedrijven etc) zodat iedereen kan bijdragen.
- Denk inclusief; wie heeft extra hulp nodig bij deze maatregelen (slechtzienden, lichamelijk gehandicapten, dementerenden, mensen die de Nederlandse taal niet spreken, wie nog meer?) Waar en hoe kunnen deze bezoekers extra hulp krijgen? Zijn de gedragsregels bijvoorbeeld ook te beluisteren?
- Coaches en hosts zijn handhavers én gericht op gastvrijheid.
- Evalueer regelmatig op nut en noodzaak van de getroffen maatregelen in het winkelgebied.



Detailhandel
Nederland



platform
de nieuwe
winkelstraat

VAKCENTRUM
Voor zelfstandig retailondernemers



RECENTE AANVULLENDE PROTOCOLLEN, TIPS & VOORBEELDEN

CBL, corona [update](#)

CVAH, [Protocol ambulante handel](#)

INretail, [Veiligheidseisen](#) en protocol [Veilig winkelen paasweekend](#)

NRW, voorbeeld van het [handboek](#) van de German Council of Shopping Places

Platform De Nieuwe Winkelstraat, [voorbeelden](#) verantwoord winkelen in de je centrumgebied

Rijksoverheid, protocol [Verantwoord winkelen](#)

RND, [Winkeliers vragen consument om doelgericht te winkelen](#)

Vakcentrum, het [coronavirus](#)

VNG, [verantwoord openstellen openbare ruimte](#)

Kijk ook naar de protocollen inzake [groothandel en detailhandel](#) op www.coronaprotocollen.nl

Andere sectoren die eveneens protocollen hebben opgesteld met betrekking tot het veilig managen van grote bezoekersaantallen zijn:

[Koninklijke Horeca Nederland](#)

[Club van Elf](#) (dagattracties en dierentuinen)

[NS Stations](#)

[Airports Council International](#)

INITIATIEFNEMERS en VERANTWOORDING

Handreiking VERANTWOORD BEZOEK WINKELGEBIEDEN

Deze bijlage hoort bij de handreiking 'Verantwoord bezoek winkelgebieden'. Deze handreiking is een initiatief van de Retailagenda, Platform De Nieuwe Winkelstraat en NRW (Nederlandse Raad Winkelcentra) in samenwerking met INretail, Detailhandel Nederland, Vakcentrum en VNG en wordt ondersteund door alle bij de Retailagenda betrokken partijen.

In de komende periode zullen ge-update versies beschikbaar worden gesteld via de nieuwsbrieven en website van de Retailagenda en haar partners. We roepen iedereen op om inspirerende voorbeelden en goede oplossingen te delen, zodat deze gepubliceerd kunnen worden via de websites, nieuwsbrieven en sociale mediakanalen van de initiatiefnemers.

Reacties en voorbeelden kunnen worden gestuurd naar info@retailand.nl.