

# Sectorale Aanpak COVID-19, sector Detailhandel, winter 2022/23

Versie 30 juni 2022

**Noot voor de lezer: dit plan is opgesteld door de sector detailhandel en gepubliceerd in juli 2022. Het definitieve sectorplan zal worden gepresenteerd in september 2022.**

De detailhandel bestaat in Nederland uit 86.000 winkelvoordeuren waar 870.000 personen werken op in totaal oppervlak van bijna 30 miljoen m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlakte. Deze winkels bevinden zich in stads- en dorpskernen, (overdekte) wijk-/winkelcentra, perifere winkelgebieden en solitair gevestigde winkels. In totaal spreken we over 2.500 winkelgebieden in Nederland.

Ondanks een significant aantal persoonsbewegingen van en naar winkels, is de detailhandel in 2020 noch in 2021 ooit voorgekomen in de RIVM top-25 'setting van besmetting' die voortkwam uit het Bron- en Contactonderzoek (BCO) van de GGD. Ook was in 2020 en 2021 onder onze medewerkers geen sprake van ziektecijfers die afweken van eerdere jaren. Het risicoprofiel van de winkel in relatie tot verspreiding van het virus is laag. Een lockdown is daarom niet proportioneel. Omdat winkels zo'n wezenlijk onderdeel vormen van de dagelijkse maatschappij, kunnen ze wel een ondersteunende rol hebben in het maatschappelijk bevorderen van gewenst gedrag, zoals verwoord in het 3C-interventiemodel (Communicatie, Context en Controle).

De detailhandel was de eerste sector waarmee op 23 maart 2020 afspraken zijn gemaakt die zijn vastgelegd in de *Richtlijn Verantwoord Winkelen* is overeengekomen. Deze zijn nadien aangescherpt en afgeschaald (verschillende versies van zogenoemde "afsprakenkader"). Ook zijn daaraan toegevoegd de aanbevelingen "*Winkelen voor mensen met een beperking*", zoals overeengekomen met het College voor de Rechten van de Mens en het VWS team dat verantwoordelijk is voor de implementatie van het VN-verdrag voor rechten van mensen met een beperking in het kader van omzien naar kwetsbare groepen.

## Maatregelenladder

De detailhandel heeft in 2022 een sectoraal plan ingediend voor de winter 2022/23. Gevraagd is nu om de maatregelen uit dat plan - in voorkeursvolgorde - onder te verdelen in:

1. Preventiemaatregelen,
2. Preventie- en interventie maatregelen #1,
3. Preventie- en interventie maatregelen #2.

Het verschil tussen #1 en #2 is dat:

- #1 Juridisch niet-afdwingbare maatregelen en adviezen met oog voor maatwerk per sector en #2 juridisch afdwingbare maatregelen, meer generieke maatregelen o.b.v. sectorplannen;
- #1 Sectoren zelf maatregelen nemen (in de vorm van sectorspecifieke adviezen) en onder #2 de overheid en samenleving de maatregelen nemen op basis van sectorplannen. Overheid geeft aan dat maatregelen op dat moment nodig zijn. Hierbij zijn sectorplannen de basis.

## I. Preventiemaatregelen

1. **Ventilatie** is de facto geregeld binnen winkels als doorstroomlocatie: contactmomenten zijn nagenoeg altijd minder dan 15 minuten, winkeldeuren staan/gaan regelmatig open en dicht, idem deuren van koelingen. Brancheorganisaties in de detailhandel verspreiden aanvullend en bij herhaling "basistips voor ventileren" onder hun leden.
2. **Verruiming openingstijden**, aangepast aan seizoenspatroon en winkeltype<sup>1</sup>. Indien buiten wettelijk kader: Zie #2. Binnen wettelijk kader is de Winkeltijdenwet: 6 dagen per week tussen 6-

<sup>1</sup> Niet elke winkel verruimt op elk moment de winkeltijden. Verkoopindex non-food oktober, november en december zijn respectievelijk 105, 106 en 120. Verkoopindex food oktober, november en december zijn respectievelijk 99, 100, en 115, waarbij 'food' doorgaans een

22 uur en op zondag zoals aangegeven door gemeenten. Tevens **verruiming venstertijden** gevraagd om bevoorrading beter te kunnen spreiden i.c.m. vulploegen op vloer de ruimte te kunnen geven.

3. **Druktemeters** inzetten en/of op andere wijze communiceren over de drukke en rustige momenten zodat klanten hier een betere keuze in kunnen maken. De retail geeft hierbij extra aandacht aan traditioneel drukkere momenten in het kalenderjaar.
4. Winkels versterken de **overheids campagne** inzake het communiceren van **basismaatregelen**: Was vaak je handen, hoest en nies in je elleboog, Klachten? Blijf thuis en doe een test, haal een vaccin/booster of herhaalprik<sup>2</sup>.

## II. Preventie- en interventie maatregelen #1 (sectorspecifieke adviezen, Juridisch niet-afdwingbare maatregelen)

5. Plaatsen van **'handpompjes' / desinfectiezuil**<sup>3</sup> bij de ingang van elke winkel;

## III. Preventie- en interventie maatregelen #2 (Juridisch afdwingbare maatregelen; overheid geeft aan dat maatregelen op dat moment nodig zijn)<sup>4</sup>

6. **Afstandsregel** (1 klant per 5 m<sup>2</sup> als invulling van "1,5 meter afstand houden"), zo mogelijk ondersteund door aanleggen van looproutes, afgeplakte vakken in kassagebied waar congestie optreedt.
7. Plaatsen van **spat- en kuchschermen** op plaatsen waar mensen samenkomen (kassa, toonbank, balie) en de anderhalve meter afstand tussen klant en medewerker lastiger te handhaven is. Dit ter ondersteuning van afstandsregel.
8. *<Specifiek kunnen winkels waar persoonlijke dienstverlening onderdeel is van het winkelconcept, zoals bijvoorbeeld "opmeten ogen", "aanmeten schoeisel", "afspelden en korter maken kleding" een afsprakenmodule aanbieden op hun website en promoten, waarbij gewerkt kan worden met reserveringsblokken. Branches kunnen daar vroeger of later zelf mee beginnen op basis van eigen, aanvullende protocollen. Geen generiek toepasbare maatregel in de detailhandel.>*
9. **Mondmaskerplicht** voor medewerkers en klanten (mits RIVM relevantie daarvan voor epidemiologie én gedrag wetenschappelijk gedegen onderbouwt). Belangrijk: Overheid maakt tijdig keuze voor FFP2 of chirurgisch, en geeft ook weer regels voor gebruik van compleet faceshield<sup>5</sup>.
10. Oproep **"gericht winkelen"** (wat neerkomt op oproep tot beperking aantallen mensen dat – doelgericht – aankopen komt doen en het houden van afstand verder ondersteunt (kwetsbaren

---

hogere vloerproductiviteit heeft. Drukste verkoopdag is de zaterdag, dan de zondag en dan de donderdag/vrijdag. (Bron: Retail Insiders). Ook beschikbaarheid van medewerkers in de krappe arbeidsmarkt speelt een rol.

<sup>2</sup> "Zorg voor voldoende frisse lucht" is niet nodig op een doorstroomlocatie.

<sup>3</sup> Zie memo 3C-interventiemodel. Belangrijk dat de overheid (RIVM) de relevantie inzake epidemiologie én gedrag wetenschappelijk gedegen onderbouwt om Context te hebben. In notitie staat "Door bij de ingang van winkels een pompje met desinfecterende handgel in het zicht te plaatsen, wordt het bezoekers makkelijk gemaakt om hun handen te desinfecteren".

<sup>4</sup> Belangrijk dat de overheid (RIVM) de relevantie inzake epidemiologie én gedrag wetenschappelijk gedegen onderbouwt om Context te hebben om draagvlak te kunnen creëren.

<sup>5</sup> Aan de hand van posters en aanvullend mogelijk door medewerkers wordt de klant gewezen op de wettelijke mondkapjesplicht en gestimuleerd zich aan deze regel te houden. Als een winkel personen die zonder geldige reden geen mondkapje dragen niet weert uit de winkel dan kan er niet handhavend worden opgetreden tegen de winkelier. Wel kunnen BOA's en Politie in de winkel handhavend optreden tegen personen die zich zonder geldige reden aan de mondkapjesplicht onttrekken.. Mensen die vanwege een medische noodzaak geen mondkapje kunnen dragen worden niet geweigerd door winkels.

en kinderen mogen altijd met begeleider komen). Afstandsregel wordt mogelijk verder ondersteund door stoplichten/mandjes/karretjes.

11. Maatregelen in winkelstraat waarbij centrummanagement de gemeente en politie ondersteunt bij reguleren van drukte op relevante plaatsen (mogelijk aangepast aan seizoenspatroon en winkelgebiedstype). Denk aan:
  - o dranghekken, looprichtingen,
  - o 'nudgen' van toestroom op basis van differentiatie parkeertarieven of doen van aantrekkelijke aanbiedingen van winkeliers doordeweeks in plaats van in het doorgaans drukker weekeinde.

## IV. Dwarsdoorsnijdende thema's

### IV.1 Ventilatie

- Zoals aangegeven: ventilatie is inherent aan het zijn van een doorstroomlocatie.
- Brancheorganisaties in de detailhandel verspreiden aanvullend en bij herhaling "basistips voor ventileren" onder hun leden

### IV.2 Gedrag en communicatie

- Druktemeters inzetten en communiceren over de drukke en rustige momenten door winkels en in winkelgebieden
- Versterken van de **overheidscampagne** inzake het communiceren van **basismaatregelen** op 86.000 winkelvoordeuren

### IV.3 Kwetsbaren

- Er is altijd een terugvaloptie en dat is online. Kunnen zelf of via bestaande structuren in verpleging of mantelzorg bestellen.
- We communiceren over de drukke en rustige momenten
- We communiceren actief de aanbevelingen "*Winkelen voor mensen met een beperking*", zoals overeengekomen met o.a. het College voor de Rechten van de Mens (zie bijlage)

## V. NIET te verkiezen preventie- en interventie maatregelen en motivatie

Onderstaande mogelijke maatregelen steunt de retail niet, waarbij genummerd is beginnend met het kleinst mogelijke draagvlak. Elk van deze maatregelen heeft een directe negatieve impact op de omzet en kosten van een onderneming.

1. Lockdown / Sluiting met alleen Click & Collect en/of Kopen of Afspraak. Deze maatregelen zijn nooit proportioneel gezien de zeer lage mate waarin winkelen zou kunnen bijdragen aan verspreiding, en hebben een forse impact op de omzet/kosten die niet op een andere wijze te compenseren zijn. "Max. aantal mensen" op basis van norm '1 per 5m<sup>2</sup>' zou kunnen, maar niet meer generieke maxima zoals '2 klanten per verdieping'
2. Coronatoegangsbewijs (CTB) (of registratie/gezondheidscheck): In de detailhandel niet effectief noch proportioneel als én hygiënemaatregelen én afstand én mondklappers al zijn geplaatst. Leidde in landen als Duitsland tot meer dan 30% minder bezoeker.. Discrimineert verder tussen 'gevaccineerde' en 'niet-gevaccineerde'. Is daarnaast niet te handhaven aan de deur door overheid.
3. Geen aparte ouderenuurtjes of minder winkeluren, omdat beiden bewezen niet effectief zijn. Het vergroot juist de drukte op de andere momenten. Door het aangeven van drukte per tijdstip kan iedere consument zelf een verstandig besluit nemen. Verder is internet 365/24/7 open.
4. Beperking van openingstijden. Leidt per definitie tot minder spreiding en meer spreiding is juist essentieel .
5. Maatregelen waarbij een wettelijk onderscheid tussen soorten winkels worden gemaakt. Branches binnen de detailhandel mogen altijd zelf meer specifieke, strengere maatregelen

overeenkomen als dit geen wettelijk beletsel heeft. Bijvoorbeeld via aanvullende eigen brancheprotocollen.

6. Maatregelen die alleen in Nederland gelden en niet met buurlanden zijn afgestemd waardoor er sterke grenseffecten optreden wat nadelig is voor ondernemers in Nederland.
7. “Ondernemers die handhaven”: Burgers houden zich aan overheidsvoorschriften, ondernemers helpen door hen actief daarop te wijzen én door zorgen voor naleving afspraken door medewerkers, maar (lokale) overheid is verantwoordelijk voor de handhaving van juridisch afdwingbare maatregelen, voorschriften en het gedrag van burgers.
8. “Vervoersbewegingen” kunnen niet meer als plat meetinstrument worden gebruikt.

-----

## Bijlage: 'Winkelen voor mensen met een beperking'

De coronamaatregelen zijn noodzakelijk, maar pakken voor mensen met een beperking soms vervelend uit. Vaak heeft dat te maken met onvoldoende kennis over en weer over de mogelijkheden en onmogelijkheden voor de klant en winkelier. Bijna altijd kunnen deze situaties voorkomen worden door met elkaar in gesprek te gaan. Op basis van de knelpunten en oplossingen die via gehandicaptenorganisaties en meldpunten zijn binnengekomen, volgen hieronder een aantal concrete tips/handreikingen ter aanvulling op de richtlijn:

### Beleid rond karretjes en mandjes

Eén karretje of mandje per persoon is een effectieve interventie maatregel om de hoeveelheid klanten in de winkel te reguleren (#2). Denk er wel aan dat niet iedereen een karretje kan duwen of een mandje kan dragen. Weiger deze mensen dan niet de toegang maar kijk samen naar een praktische oplossing.

### Begeleiding

Sommige mensen hebben een begeleider nodig om naar de winkel te kunnen. Denk bijvoorbeeld aan mensen met lichte dementie. Vraag daarom als mensen met z'n tweeën binnenkomen vriendelijk wat hier de reden voor is. Als klant helpt het ook om even vooraf bij de winkelier te melden dat je samen naar binnen gaat. Wanneer er sprake is van (een noodrem-maatregel) 'winkelen op afspraak', reserveren de klant én begeleider ieder een eigen tijdvak.

### Mensen met een visuele beperking

Pijlen en andere markeringen op de vloer zijn voor mensen met een visuele beperking niet altijd goed te zien. Maak daarom bijvoorbeeld gebruik van opvallende en contrastrijke tape voor lijnen en pijlen. En denk bij eventuele afzettingen in de winkel ook aan een goede zichtbaarheid en voelbaarheid voor blinde mensen.

### Spat- en kuchschermen en visuele beperking

Deze doorzichtige schermen zullen vaak niet gezien worden door mensen met een visuele beperking. Denk bijvoorbeeld aan schermen in de looproute of bij de toonbank waar een opening is om iets aan te geven of voor de betaalautomaat. Met contrastrijke tape kun je de randen beter zichtbaar maken.

### Spat- en kuchschermen en auditieve beperking

Plexiglas biedt bescherming aan klant en medewerker. Bedenk daarbij wel dat de ruim 700.000 slechthorende mensen hierdoor meer moeite kunnen hebben om de ander te verstaan. Houd als medewerker rekening met de verstaanbaarheid en maak als klant kenbaar als je het niet goed kan verstaan.

### Hulphonden

Hulp- en assistentiehonden zijn altijd toegestaan in de winkel.

### Rustigere winkelmomenten voor mensen met hoog gezondheidsrisico

Informeel je klanten over de rustige winkelmomenten, zodat zij zelf een afweging kunnen maken over het moment van winkelen.