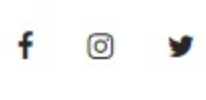


NIEUWSGIERIG NAAR DE ARTIKELN ACHTER DE INLOG VAN TEXTILIA.NL? 30 DAGEN GRATIS TOEGANG

PROBEER NU



- HOME KLEURKAARTEN NIEUWS ONDERNEMEN MODETRENDS MODEVACATURES



ONDERNEMEN

SHOPPEN IN EEN ANDERHALVEMETERSAMENLEVING: 'WE KRIJGEN NAGENOEG GEEN FUNSHOPPERS MEER'

by Wilke Wittebrood / 16 april 2020 0 comments

Winkeliers moeten zich voorbereiden op een samenleving waarin anderhalve meter afstand voorlopig de norm blijft. Hoe ziet de aankoop van een zomeroutfit of een paar schoenen eruit in deze 'anderhalvemeter-economie'?

Het licht gaat weer aan in de Nederlandse winkelcentra. Veel mode- en schoenketens die in maart tijdelijk de deuren sloten, gingen in de aanloop naar het paasweekend van 12 en 13 april weer open. Bristol en vanHaren heropenen alle vestigingen, Jack & Jones, Vero Moda en Vila een deel van de winkels. Zij moeten samen met andere mode- en schoenenretailers hun weg vinden in een nieuwe realiteit, de zogenoemde anderhalvemetersamenleving.

Richtlijnen voor maximaal aantal klanten per vierkante meter

Niet als veel retailers was ook vanHaren Schoenen de afgelopen weken dicht. "We hebben in maart besloten om onze 141 vestigingen te sluiten omdat de situatie destijds zo onzeker was", vertelt ceo Krein Bons. "We konden de veiligheid van onze medewerkers en onze klanten niet garanderen. In de weken daarop werden de regels en handhaving verscherpt en kwamen er duidelijke richtlijnen vanuit het RIVM en Inretail omtrent veilig winkelen. Met inachtneming van die richtlijnen konden we vorige week weer open." De schoenenketen hanteert nu onder meer een maximaal aantal klanten per vestiging. Bons gaat daarbij uit van 1 persoon per 20 vierkante meter, terwijl het kabinet een richtlijn van 1 persoon per 10 vierkante meter aanhoudt (voor winkels met een oppervlakte van minder dan 1000 vierkante meter). "We hebben een veiligheidsmarge ingebouwd", aldus Bons.

"We hebben een veiligheidsmarge ingebouwd" Krein Bons, ceo vanHaren

Het huidige maatregelenpakket van het kabinet geldt tot 28 april, maar de anderhalve meter zal langer bij ons blijven, stelde premier Mark Rutte in een persconferentie. Ook mode- en schoenenretailers moeten deze afstand tussen klanten en medewerkers, en tussen klanten onderling, op de winkelvloer kunnen waarborgen. Lukt dat niet, dan lopen ze het risico op sluiting. De premier verwoordde het als volgt: "In het nieuwe normaal blijft anderhalve meter de norm."

Dringende oproep om versoepeling van de maatregelen

Hans van Tellingen, directeur van winkelcentrumonderzoeker Strabo en auteur van 'Waarom stenen winkels winnen', hoopt van niet. "Als je over een jaar nog leuke winkels en horecagelegenheden in het centrum wilt hebben, moeten we zo snel mogelijk van deze anderhalvemetersamenleving af. Shoppen gaat om gezelligheid en elkaar ontmoeten. Dit gedwongen afstand houden gaat volstrekt tegen de natuur van de mens in." Hij wil een 'dringende oproep' doen aan staatssecretaris Mona Keijzer om de maatregelen in winkels spoedig te versoepelen. "In ieder geval voor 1 juni. Dan ligt de piek in de coronabesmettingen waarschijnlijk achter ons en is het virus beter beheersbaar. Laat kwetsbare groepen zoveel mogelijk binnenblijven totdat er een vaccin is. Dan kunnen gezonde mensen - 90 procent van alle Nederlanders - gewoon de straat op. Met mondkapje, is mijn devies." Anders zullen veel retailers het niet overleven, meent Van Tellingen. "Hun omzetten zijn door de coronamaatregelen volledig ingestort. En als je geen omzet hebt, red je het niet, ondanks het steunpakket. Dat is iets wat de ambtenaren in Den Haag maar moeilijk snappen."

Winkelbezoek spreiden is een mogelijke oplossing

De overheidsrichtlijn is prima voor supermarkten, maar minder geschikt voor mode- en schoenenwinkels, beaamt Koert van Ittersum. Hij is hoogleraar marketing en consumentenwelzijn aan de Rijksuniversiteit Groningen. "Mensen willen kunnen rondbanjeren en gaan elkaar onvermijdelijk bij de rekken tegenkomen. Daar zit een spanningsveld; je wilt voldoende klanten binnen hebben om omzet te draaien, zonder ze onnodig risico te laten lopen." Een mogelijke oplossing is om het bezoek beter te spreiden. "Dat kan door personal shopping buiten de reguliere openingstijden aan te bieden of klanten die op een bepaald tijdstip komen - bijvoorbeeld voor tien uur 's ochtends - een bepaalde korting of een cadeautje aan te bieden."

Om te zorgen dat het maximale bezoekersaantal niet overschreden wordt, heeft vanHaren een deurgebeleid ingevoerd. Klanten worden bij de ingang ontvangen door een medewerker die de regels uitlegt en iedereen een schoenlepel meegeeft. Zijn de lepel op, dan moet de volgende persoon in de rij wachten tot er iemand naar buiten komt. Er is ook kritisch gekeken naar de indeling van de winkels. Waar nodig is de routing veranderd of zijn gangpaden breder gemaakt. "Ik zou elke ondernemer aanraden goed naar de winkelindeling te kijken", tipt Van Ittersum. "Een voorbeeld: de mannenafdeling bevindt zich bij veel winkels helemaal achterin, waardoor die klanten eerst de hele zaak door moeten. Wellicht is een links-rechts-indeling ook een optie."

Luxe moderetailer Oger biedt private en virtual shopping aan

Na ruim drie weken is ook de luxe moderetailer Oger sinds vorige week weer open. Het bedrijf startte met halve dagen en houdt sinds afgelopen dinsdag weer de normale winkelluren aan. Branddirector en mede-eigenaar Sander Lusink: "Op de locaties waar wij zitten, zoals de P.C. Hooft in Amsterdam, zijn veel luxewinkels. Die gingen aan het begin van de corona-uitbraak massaal dicht. Wij hebben toen, ook voor ons personeel, besloten de deuren tijdelijk op slot te doen en ons op de webshop te richten. De online omzet nam direct fors toe, met 300 procent, mede door onze 25 procent-kortingsactie. Toen iedereen na twee weken van de eerste schok gekomen was, hebben we op verzoek van klanten private shopping in de winkels geïntroduceerd. En virtual shopping, als verlengstuk van onze webshop. Maar al snel bleek dat de meeste klanten echt de voorkeur aan onze fysieke winkels gaven. Onze medewerkers waren ook blij dat ze weer aan de slag konden." Lacht: "Die werden helemaal gek thuis."

"Bij maatwerk is op afstand werken lastig" Sander Lusink, branddirector Oger

Service is een belangrijke pijler in het concept van Oger. Alleen moet de retailer die service nu op anderhalve meter afstand verlenen. "De koffietafel is gelukkig groot genoeg", zegt Lusink. "Maar bij ons maatwerk (Oger by Munro, red.) is het lastig. Daar worden nu vooral bestellingen geplaatst door bestaande klanten, van wie we de maten al hebben. Onze adviseurs kunnen op het oog zien of een mouw korter of langer moet, daar is bijna geen speld voor nodig. Maar het opmeten van bijvoorbeeld een arm- of ruglengte gaat op dit moment niet." De moderetailer laat per winkel maximaal drie klanten toe. De medewerkers dragen latex handschoenen. Voor wie wil, zijn er mondkapjes beschikbaar. "De handschoenen ogen nog redelijk chic omdat ze zwart zijn. Maar die blauwe mondkapjes zien er natuurlijk ontzettend medisch en ongezellig uit", zegt Lusink. "Tsjja, het is even niet anders. We willen het wel aan klanten en medewerkers kunnen aanbieden." Uiteindelijk draait het erom dat mensen zich veilig voelen in je winkel, zegt ook Van Ittersum. "Dat kan in kleine dingen zitten, zoals het in het zicht stomen van kleding na een pasbeurt. Of het verstreken van passokjes in schoenenwinkels, die je na gebruik weggooit of aan klanten meegeeft."

Nagenoeg geen funshoppers meer in de winkel

Wat de retailers en deskundigen opvalt: consumenten winkelen anders. "Mensen komen heel gericht binnen", ziet Bons bij de vanHaren-winkels. "We krijgen nagenoeg geen funshoppers meer. De grootste uitdaging is om te zorgen dat we voldoende omzet per vierkante meter blijven halen, nu de traffic zo drastisch is teruggelopen." Welke impact de crisis op de lange termijn op vanHaren en de retail in het algemeen zal hebben, vindt hij lastig te zeggen. "Dat is koffiedik kijken. Maar ik kan me voorstellen dat het consumentengedrag door deze crisis gaat veranderen. Dat mensen bewuster gaan kopen - niet omdat ze iets willen, maar omdat ze het nodig hebben - en met minder genoeg gaan nemen." De nieuwe werkelijkheid went snel, knikt Lusink. "De anderhalvemetercultuur is bij ons al volledig ingeburgerd. Een collega reageerde laatst zelfs verbaasd op mensen die elkaar een hand gaven op tv. Dat voelt nu al als iets van vroeger."

credit foto: Oger

TAGS: coronacrisis SHARE: f t @

PREVIOUS ARTICLE

YOU MAY ALSO LIKE

10 TIPS OM JE HOOFD KOEL TE HOUDEN TIJDENS DE CORONACRISIS 10 april 2020

RHUMAA VRAAGT FAILLISSEMENT AAN 9 april 2020

MANNENMODEWINKEL STUEN GROEIT: 'COMMUNITY IN DEZE TIJD BELANGRIJK' 1 april 2020

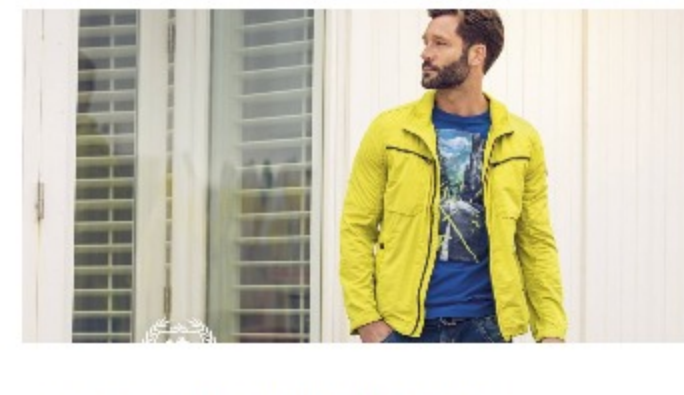
DEZE (MODE)MERKEN HELPEN DE RETAILER VERDER TIJDENS DE CORONACRISIS 16 april 2020

ACCOUNTMANAGER NEDERLAND BIJ STREET ONE 16 april 2020

THUISWINKEL.ORG TEGEN VERBOD OP UITVERKOOP, WINKELN KAN WEER VOLGENS INRETAIL, THUISWERKERS VAAK IN JOGGINGBROEK 16 april 2020

TWEDE KAMER WIL VERBOD OP UITVERKOOP, WINKELSTRATEN WEER EEN STUKJE DRUKKER EN ADIDAS KRIJGT 3 MILJARD EURO 15 april 2020

PARTNERS



LERROS EN NEW IN TOWN: ACTIEPROGRAMMA TER ONDERSTEUNING VAN DE DETAILHANDEL 1 april 2020

VOLG ONS f @ t

