

To: [redacted]@minjenv.nl [redacted]@minjenv.nl
 From: [redacted]
 Sent: Fri 10/30/2020 10:37:06 AM
 Subject: overzichtje contacten met EZK-branches
 Received: Fri 10/30/2020 10:37:06 AM

Ter info

Van: [redacted]

Verzonden: donderdag 29 oktober 2020 13:21

Aan: [redacted]

Onderwerp: Input voor kernoverleg 13 uur

Ho [redacted]

Hierbij de input voor straks!

Groeten, [redacted]

Supermarkten/detailhandel

- a. 23-10: Gesprek stas EZK en branche (vrijdag 23-10)
- b. 27-10: Vervolggesprek stas EZK, minEZK en minJ&V met branche (Detailhandel NL, InRetail, MKB NL/VNO NCW) → resultaat Afsprakenkader Naleving en Handhaving Verantwoord winkelen (zie onder). Genoemd in Kamerbrief over aanvullingen op steun- en herstellpakket en bijbehorende persconferentie.
- c. 27-10: Persoploopje MP "Er ligt een belangrijke verantwoordelijkheid bij de consument. Als je gaat winkelen, doe dat dan alleen. Ga niet allemaal in het weekend of in de avonden, kom verspreid over de dag en de week. Houd afstand, het advies is om een mondkapje te dragen, is het te druk? Ga dan weg. Houd je aan de regels, zodat we onze winkels open kunnen houden.
- d. 27-10: gesprek gedragsdeskundigen Rijksoverheid met CBL, AH en Jumbo

Ad b. Afsprakenkader Naleving en Handhaving Verantwoord winkelen

Van groot belang dat winkels open kunnen blijven. Om de bestrijding van het coronavirus kracht bij te zetten wordt de naleving van de protocollen en de handhaving in de detailhandel geïntensiveerd. Daarover is intensief contact met de detailhandelssector. Er is een Afsprakenkader Naleving en Handhaving Verantwoord winkelen gemaakt. Daarin staat wat overheden en detailhandel met elkaar afspreken als het gaat om naleving en (zelf)handhaving van maatregelen t.a.v. gedrag en inrichting in en om de winkel en in de openbare ruimte van winkelgebieden. Aan de basis van het afsprakenkader liggen de protocollen die door de detailhandel zijn opgesteld. Het is aan de winkeliers en ondernemers om mensen te helpen veilig te kunnen winkelen. Dit doen ze door duidelijke looproutes, strakke hygiëne maatregelen en strikt deurbelid.

Ad. d. Gedragsunit in gesprek met supermarkten 27/10

Ideeën van gedragsunit zijn besproken. Drie thema's:

- meer mogelijkheden voor online boodschappen bestellen/bezorgen: lastig voor supermarkten om te organiseren. Privacytechnisch moeilijk om groepen voorrang te geven (bijvoorbeeld mensen in quarantaine). Vanuit gedragsunit teruggekoppeld dat dit vanuit overheid als kansrijke interventie gezien wordt en aan supermarkten gevraagd wat zij nodig hebben om dit te organiseren. Aanbod gedaan om technische specialisten en juristen mee te laten denken/doen.
- drukte spreiden: lokale initiatieven en pilot van Jumbo voor druktemeters, zodat klanten van tevoren kunnen zien hoe druk het is. Verzoek van supermarkten om te focussen op boodschap: ga eens op een ander moment boodschappen doen (overdag) in plaats van ga naar een andere supermarkt als het te druk is (mensen zijn gewoontedieren en hebben vaak hun vaste winkel).
- spaaractie (die goed gedrag stimuleert): moeilijk om op korte termijn op te zetten. Marketingmanager AH heeft inmiddels laten weten dit geen goed idee te vinden en meer te voelen voor meer nudging en een landelijke (Sire) campagne zoals Doeslief of BOB.

Gedragsteam en supermarkten hebben afgesproken contact te houden rondom het verder opzetten van gedragsinterventies.

Gedragsteam gaat inzichten van supermarkten en eerdere inzichten uit RIVM gedragsonderzoek en concepttesten samenbinden en de meeste kansrijke interventies door ontwikkelen. [redacted] hoe is NKC aangehaakt op dit gedragsteam?

Reactie van supermarkten op maatregelen:

- Drukke in supermarkten valt relatief mee. Uit eigen onderzoek AH blijkt dat op enkele momenten na er geen piekdrukke is.
- Afstand houden gaat over het algemeen prima. Door mensen die mondkapje dragen wordt minder goed afstand gehouden
- Buiten de winkel, in de rij is afstand houden lastiger (met name door jongeren)
- Niet iedereen komt alleen naar de winkel, moeilijk te controleren of mensen deel uitmaken van hetzelfde

huishouden

- Problemen rond personeel. Bijv. gastheer/vrouw vaak jong en niet opgeleid en krijgt te maken met agressie
- Problemen met groepen scholieren die veilig winkelen in pauzemomenten lastig maken

VNO NCW/MKB Nederland

Onderwerpen waar VNO NCW en MKB NL mee bezig zijn in relatie tot corona:

- Mijncoronaprotocol.nl (zie onder) (EZK)
- Coronacalculator: digitale module waar ondernemers gebruik en effect van steunpakket voor hun bedrijf mee kunnen berekenen (EZK)
- Thuiswerken is topsport: tips en trics om goed te kunnen thuiswerken (is contact over met SZW)
- 'NL werkt door': matchen vraag en aanbod personeel in coronatijd (geen idee of hier al contact over is met een departement? SZW?)
- Slim reizen-traject (is contact over met lenW)
- Testcapaciteit verhogen, deelname aan consortium dat heeft geleid tot de XL-snelteststraten (is contact over met VWS en EZK)
- Slimme horecaplannen. Vooral meedenken over wat wel kan. Dit is nog vooral beleidsmatig. (EZK)
- Campagne voorkom de totale lockdown: <https://www.mkb.nl/voorkomtotaallockdown-toolkit> Was half oktober een hele goede actie. Heb gevraagd of dit nog navolging krijgt.
- In alle communicatie en persberichten vraagt VNO/MKB NL structureel aandacht voor de basisregels. Hun boodschap daarin is continue "Als iedereen zich aan de basisregels houdt en het testen op orde komt, dan hoeft de economie minder schade te lijden en kan zoveel mogelijk openblijven."
- Zie ook weer het laatste bericht: <https://www.vno-ncw.nl/nieuws/maatwerk-steunpakket-goede-stap-maar-vraag-het-voldoende-staat-er-ook-weer-in>.

Mijncoronaprotocol.nl

Deze website is het platform waar protocollen van alle branches terugvindbaar zijn. In eerste instantie opgezet dankzij financiële steun van EZK. Na de laatste twee persconferenties was er een enorme stijging in het aantal bezoekers van de website. Over de periode 27 sept-28 okt zijn er ruim 71.000 bezoekers geweest, met de grootste piek direct na de persconferenties. De laatste week is het aantal redelijk stabiel, mede met behulp van een betaalde campagne op sociale media. Bijna 1/3 van het aantal bezoekers komt via deze campagne. Deze loopt overigens nog t/m volgende week en gaat via Facebook en Google Adds. Verder verwijst VNO/MKB ook steeds via website en nieuwsbrieven op dit platform. Er wordt nog steeds extra content gemaakt en er is de afgelopen weken veel contact geweest met branches. De indruk is dat ook zij hun websites en protocollen up-to-date hebben. De website 'staat' dus. Behoeft om gezamenlijk met ons te kijken wat nodig is en hoe we de protocollen verder onder de aandacht brengen bij bedrijven en ondernemers.