Wat moeten we nou met die openingstijden?

28-01-2015 13:12

Het beleid rond openingstijden van winkels ligt altijd wat gevoelig. Zo stokten de cao-onderhandelingen met supermarkten, omdat supers de loontoeslagen willen schrappen voor personeel dat in de avonduren en op zaterdag werkt. En niet alle werknemers zitten erop te wachten om meerdere avonden per week of alle weekenden aan de bak te moeten.

Fashionretailer Only for Men hakte vorig jaar de knoop door en hanteert in twee vestigingen 'mannelijke openingstijden'. Dat houdt in dat de winkels 's ochtends dicht zijn, terwijl consumenten er op drie koopavonden en elke zondag terecht kunnen. "Waarom zouden we open zijn als de man toch niet winkelt?", aldus oprichter Piet Feenstra tijdens de Webwinkel Vakdagen. De aanpak legt de keten op omzetgebied geen windeieren. In deze winkels werd in 2014 ruim een kwart meer verkocht dan een jaar eerder.

Inmiddels buigen drie winkelcentra in de provincie Utrecht, waaronder de domstad zelf, zich over de vraag of ze de wekelijkse koopavond kunnen vervangen door dagelijks langere openingstijden. Op donderdagavond worden de winkelstraten in de binnenstad steeds stiller, merkt voorzitter Jacques Blommendaal van Centrummanagement Utrecht. En retailers die hun winkels op de andere dagen een uurtje langer open houden zijn daar tevreden over. Zijn andere openingstijden het middel om consumenten achter de webshop vandaan en in de winkelstraat te krijgen? Drie deskundigen aan het woord.

Gerrit Antonides (hoogleraar economie consumenten en huishoudens aan Wageningen Universiteit)
"Toen steden met een toeristische bestemming zoals Amsterdam en Den Haag hun openingstijden verruimden, zagen we dat tot meer winkelbezoek leidde. Op dat gebied valt nog meer te ontginnen. Er zijn nog altijd steden die de standaardopeningstijden hanteren. Het lijkt mij verstandig om winkels in ieder geval tot zeven uur 's avonds open te houden. De motieven waarom consumenten shoppen veranderen namelijk. Ze winkelen minder met een functioneel doel, maar vinden funshopping en koopjesjagen steeds belangrijker. De openingstijden op de koopzondag zou ik niet aanpassen. De kans is volgens mij klein dat consumenten op hun vrije dag al om negen uur 's ochtends naar een winkel willen."

"Als winkels hun openingstijden verschuiven, zodat ze later opengaan en later sluiten, biedt dat verschillende voordelen. De piekmomenten aan het einde van een werkdag zullen verdwijnen. Waar bijvoorbeeld consumenten met een negen tot vijfbaan nu snel na hun werk voor sluitingstijd boodschappen halen voor het avondeten, wordt de vraag beter verspreid. Dergelijke piekmomenten zullen niet meeschuiven als de winkels andere openingstijden aanhouden. Het lijkt mij onlogisch dat consumenten vlak voor zeven uur nog op pad gaan voor de maaltijd, als ze hun werkdag al er al aanzienlijk eerder op hebben zitten. Daarnaast kan een betere spreiding zorgen dat de bevoorrading van winkels gemakkelijker wordt."

Tessa Vosjan (programmamanager Nederlandse Raad Winkelcentra)
"Het is erg belangrijk dat de openingstijden in winkels worden aangepast aan de behoeften van de huidige consument. De huidige shoppers, en de generaties die na hen komen al helemaal, zijn gewend om aankopen te doen wanneer het hen uitkomt. Als winkeliers zorgen dat ze aanwezig zijn op de momenten dat consumenten dat verlangen, komt dat hun aantrekkelijkheid zeker ten goede. Retailers moeten ook in dat opzicht met de tijd mee en meeschuiven met het huidige levenspatroon van hun klanten."

"Andere winkeltijden brengen tegelijkertijd veel haken en ogen met zich mee. Denk alleen maar aan de personeelskosten. De mindset in ons land met betrekking tot bijvoorbeeld de onregelmatigheidstoeslag moet veranderen. De mentaliteitsverandering is nodig voor zowel de winkelmedewerkers en hun leidinggevenden, maar ook voor de wetgeving. Het moet voor retailers aantrekkelijk worden om flexibele openingstijden te

hanteren. Dat kan door de arbeidsvoorwaarden aan te passen aan de huidige tijd. Maar dat is nog een hele grote stap. Verruimde openingstijden zijn niet per se een garantie voor meer omzet, maar wel een middel om omzet te behouden die anders zou weglekken naar webwinkels."

Huib Lubbers (directeur Retail Management Center)
"Uit onze metingen kunnen we stellen dat het gemiddeld gezien iets later drukker wordt in de winkelcentra. Waar het eerder rond half drie, drie uur het drukste was, ligt die piek nu rond drie uur, half vier. Verder neemt het aantal passanten tijdens koopavonden nadrukkelijk af. Het belang van één avond waarbij de winkels tot negen uur 's avonds open zijn en de andere dagen om zes uur sluiten, wordt duidelijk minder. Ook het bezoek op de zaterdag daalt licht, wat deels kan worden veroorzaakt door de toename op zondag. De maandag, dinsdag en woensdag houden een stabiel bezoekersaantal."

"Het lijkt mij erg verstandig voor retailers om hun openingstijden te verruimen. Online winkels zijn namelijk ook altijd open. Daarnaast wennen consumenten aan langere openingstijden doordat bijvoorbeeld supermarkten en bouwmarkten bijvoorbeeld al jaren tot negen of tien uur open zijn. Steeds meer huishoudens bestaan verder uit tweeverdieners, die minder tijd hebben om te winkelen. Als ze dan een shoptrip maken, kan dat maar beter zo aantrekkelijk mogelijk zijn. Tel daarop op dat men beter georiënteerd op stap gaat door de informatie die online beschikbaar is. In dat verlengde ligt dat consumenten door die eerdere oriëntatie meer koopgeneigd zijn en langer in de winkelstraten blijven. Voor retailers is het slim om in te spelen op die extra tijd door een bezoek aan hun winkels zo leuk mogelijk te maken."