

De pijnpunten rond blurring

19-04-2016 11:31

Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

Het wijntje bij de kapper houdt de gemoederen al enkele maanden bezig. Inmiddels is de proef met mengvormen tussen retail en horeca een paar weken bezig, maar moet hij hier en daar alweer op last van de rechter worden gestaakt. Heeft de Slijtersunie een punt, of is blurring juist de redding van de winkelstraat?

De proef met het schenken van alcohol in de winkel werd in oktober vorig jaar aangekondigd door de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG). Dat gebeurde op verzoek van meerdere gemeenten, die worstelden met de regels waar retailers zich aan moesten houden. De strikte scheiding tussen retail en horeca, zoals opgenomen in de Drank- en Horecawet, zou niet meer in de huidige tijd passen. Ondernemers willen meer vrijheid om hun werk te kunnen doen en tegelijkertijd hechten consumenten steeds meer belang aan een totaalbeleving bij het winkelen.

De Slijtersunie komt al langer in verweer tegen alcohol op andere plaatsen dan bij de slijter. Daartoe grijpt de belangenvereniging regelmatig naar het middel van een gerechtelijke procedure. Zo daagde de organisatie vorig jaar de gemeente Assen voor de rechter, vanwege de verkoop van sterke drank via veilingssite Catawiki. In de Drank- en Horecawet staat expliciet waar en onder welke voorwaarden alcohol mag worden verkocht, en veilingssites staan daar niet tussen. Niet heel verrassend, aangezien de wet is opgesteld in 1964, maar die wetsbepaling maakt de verkoop wel verboden. Ook kwam de Slijtersunie in het geweer tegen de supermarktslijters die geen chef met specialistische kennis in de winkel hadden. Ook dat mag niet volgens de Drank- en Horecawet, en doordat supermarkten hiermee bespaarden personeelskosten was bovendien sprake van oneerlijke concurrentie, stelde de unie.

Oneerlijke concurrentie is ook het sleutelwoord als het gaat om de proef met blurring. De Slijtersunie heeft alle deelnemende gemeenten aangeschreven met de eis op te treden tegen deelnemende retailers. Gebeurt dat niet, dan volgt de gang naar de rechter. Dat gebeurde bijvoorbeeld al in Zwolle, en met succes. De rechter oordeelde dat boekhandel Waanders In de Broeren geen alcohol meer mocht verkopen. Ook kreeg de gemeente een tik op de vingers. Die had op 'onjuiste gronden afgezien van handhavend optreden'. Die grond was namelijk: de proef met blurring die gaande was. Als andere rechters dit voorbeeld volgen, zou het experiment wel eens voortijdig ten einde kunnen komen. In onder meer Den Bosch hangt ook al een rechtszaak in de lucht.

Dat de Slijtersunie bezwaar maakt tegen blurring, is gezien de eigen belangen niet verwonderlijk. Maar ook staatssecretaris Martin van Rijn liet al snel weten tegen de proef in de huidige vorm te zijn. "Er is op dit moment geen sprake van een verruiming van de mogelijkheden om alcohol te verstrekken en te schenken", zo schreef hij aan de VNG. De Drank- en Horecawet voorziet niet in ruimte voor experimenten en de proef zou dus alleen kunnen plaatsvinden als die binnen de wet past. In juni vorig jaar, nog voordat de plannen voor de blurringproef openbaar waren gemaakt, concludeerden het Bureau Stedelijke planning en advocatenkantoor Lexence al in een [rapport](#) dat innovatie in de retail wordt belemmerd door de strikte regelgeving. Hoewel dat onderzoek zich nog met name richtte op foodretailers die horeca-elementen willen toevoegen, blijkt met de blurringrel dat het probleem breder speelt binnen de retail.

Kappers

Onder meer veel kappers willen hun klanten extra beleving bieden door het schenken van een glaasje alcohol. Het verzet van de Slijtersunie leidt tot onbegrip bij branchevereniging ANKO. "Het doel van het hele experiment

is om leegloop van binnensteden tegen te gaan”, aldus directeur Ivar ten Velde. “Daar is de hele retail bij gebaat, ook slijterijen.” Ten Velde wijst er bovendien op dat het ook slijters vrijstaat om mee te doen aan de proef. “Als ze dat willen, kunnen ze hun klanten bijvoorbeeld een plakje worst of blokje kaas aanbieden bij de winetasting. Ik heb nog niet gehoord dat horecazaken, slaggers en kaaswinkels daar tegen in het geweer komen.”

Internet is de voornaamste bedreiging voor winkeliers in binnensteden, meent Ten Velde. “Wie geen beleving aan zijn klanten weet mee te geven, kan de rolluiken laten zakken”, zegt hij daarom. Hoewel de concurrentie van online niet direct van toepassing is op zijn branche – ‘een nieuw kapsel is immers niet via internet te koop’ – hebben kapperszaken volgens hem net zo goed baat bij een dynamische omgeving en een goede loop in de straat. Kappers die hun klanten een wijntje of biertje schenken om meer beleving te bieden helpen daarmee niet alleen zichzelf, maar ook andere winkels, vindt Ten Velde. “Ook slijters. Want we willen er best bij vertellen dat de chardonnay die de klant zojuist gedronken heeft tijdens het inwerken van zijn haarverf, te koop is bij de slijterij hiernaast.”

Ten Velde beschouwt de houding van de Slijtersunie als ‘misplaatste concurrentieoverwegingen’. Hij ziet de blurringproef als een uitgelezen mogelijkheid voor lokale retailers om samen aan een betere binnenstad te werken. Gezien de laatste ontwikkelingen lijkt het er echter niet op dat de partijen snel dichterbij elkaar zullen komen. Terwijl de Slijtersunie intussen aangifte heeft gedaan tegen de VNG, met de eis de proef onmiddellijk te staken, denkt Den Helder juist een stap verder. De gemeente wil een eigen experiment opzetten dat nog verder gaat dan de nu lopende pilot, waar de Noord-Hollandse gemeente overigens niet aan meedoet. Een biertje bij het kopen van een broek, een wijntje bij een boek, met ingang van komende zomer moet het volgens [Den Helder Actueel](#) kunnen. Burgemeester Schuiling kan post op de mat verwachten.