

✍ P E N O P P A P I E R ✍

Albert Heijn helpt Ritzen, niet Melkert

Dat het Albert Heijn-concern voor ruimere winkeltijden is, daar kijkt niemand van op. En iedereen kan zich voorstellen dat de Consumentenbond wil dat de consument zo lang en zo vaak mogelijk moet kunnen winkelen. Dat de vvd de centrale regels over winkeltijden het liefst naar de prullebak verwijst is evenmin verrassend. Maar dat ook de PvdA zich bevindt in het kamp van de dereguleerders van winkeltijden, dat is op zijn minst verbazingwekkend. Want wat hebben de sociaal-democraten te winnen bij een 24-uurseconomie?

De afgelopen maanden zijn verschillende argumenten ter linkerkant van het politieke spectrum aangevoerd. PvdA-kamerleden betogen dat groepen consumenten tegenwoordig 's nachts willen winkelen. Minister Wijers van Economische Zaken zegt dat de winkels vandaag de dag sluiten als de helft van de Nederlandse bevolking nog in de file staat. PvdA-coryfee Marcel van Dam orakelt dat de winkels langer open moeten vanwege de niet te stuiten individualisering. En in het regeerakkoord staat: 'Om moderne arbeids- en leefpatronen niet in de weg te staan, worden de restricties in de winkelsluitingswet sterk verminderd'.

Blijkbaar heeft verruiming van de winkeltijden vooral iets te maken met de tijdgeest. Het is nauwelijks toeval te noemen dat het plan van de minister van

Economische Zaken om de winkels minimaal 75 uur per week open te houden in de openbaarheid kwam in dezelfde week dat de omroepen bekendheid gaven aan hun commerciële ambities. In de jaren vijftig luidde het gebod 'u zult arbeiden'. Het parool van de jaren zeventig was 'u zult zich ontplooien'. Thans in de jaren negentig hebben we te maken met het motto 'u zult consumeren'. Maar door de overvloed van televisieprogramma's gelardeerd met reclameboodschappen is het televisiekijken nauwelijks interessanter geworden. Net zo dreigt een tijdperk van onbepert inkopen doen dat in het verschieft ligt, eerder te leiden tot een verschraling van het winkelgenot.

Overigens is het waar dat de samenstelling van de bevolking sinds de jaren vijftig sterk is veranderd. Het klopt dat de aantallen tweeverdieners en de éénpersoonshuishoudens zijn toegenomen. Maar waarom geen oog hebben voor andere trends in de samenleving? Het korter worden van de gemiddelde arbeidsduur, de toename van deeltijdwerk, het langer volgen van een studie en de vergrijzing. Een blik op de statistieken van het CBS leert dat tegenwoordig éénderde van alle éénpersoonshuishoudens ouder is dan 65 jaar. En dat is toch voorwaar geen groep die te weinig tijd heeft om inkopen te doen.



Kortom, de omvang van de groep consumenten die problemen heeft om *elke dag* boodschappen te doen mag niet worden gedramatiseerd. Uit uiteenlopend onderzoek betoont zich telkens ongeveer dertig procent van de Nederlandse bevolking voor-

stander van ruimere winkeltijden. Bovendien, als het gaat om de fulltime-werkende-alleenstaande-met-lange-reistijden-en-veel-files-onderweg, mag worden verwacht dat deze doelgroep toch uiterlijk om zeven uur thuis is gearriveerd. Dan is het onduidelijk waarom de winkels ook nog tot laat in de avond, 's nachts en op zondag open moeten.

Een veel gebruikt tweede argument om de winkels langer open te houden is dat dit meer werkgelegenheid zou opleveren. Er heeft zich over deze veronderstelling inmiddels een discussie ontploend. De stand van dit debat is dat weliswaar een ruime openstelling door vermindering van piekbelasting bepaalde efficiëncyvoordelen heeft, maar ook hogere kosten met zich meebrengt (toeslagen voor avondwerk, beveiliging). Bovendien kunnen grootschalig operende winkelbedrijven efficiënter opereren. De verruiming van openingstijden zal dus vooral leiden tot een verschuiving van werkgelegenheid van kleine naar grote bedrijven en tot verdere concentratie in de sector. Overigens is een pikant detail dat in de Tweede Kamer minister Wijers het werkgelegenheidsargument van secundair belang noemde.

Sociaal-aanvaardbare vernieuwing

Tot zover de voorstanders van ruimere winkelopenstelling. Maar ook over de tegenstanders wordt veel lelijks gezegd. De FNV Dienstenbond wordt herhaaldelijk verweten: 'Jullie zijn zo defensief ingesteld. Jullie willen geen vernieuwing!'

 P E N O P P A P I E R 

De mensen die deze grieven richting vakbeweging uiteten zouden moeten proberen een keer, misschien op koopavond, in een winkel een gesprek op te vangen tussen een afdelingschef en een personeelslid. Tien tegen één dat dit gesprek erover gaat of de betrokkene de volgende dag wat eerder wil komen, later wil weggaan of anderszins de werktijden wil aanpassen.

Van alle sectoren in de particuliere dienstverlening werkt het personeel in de detailhandel het meest flexibel. Zij weten als geen ander hoe het is om bloot te staan aan de terreur van de beschikbaarheid. Daar komt bij dat de werknemers maar in zeer beperkte mate beschikken over autonomie in het werk. Het begrip 'vrijwilligheid', als het gaat om ongunstige werktijden, werd geïntroduceerd door Albert Heijn tijdens de acties om de verruiming van de winkeltijden in 1990. Het concern heeft toen het eigen personeel gegarandeerd dat niemand tegen zijn zin in 's avonds hoefde te werken. Om de belofte voor het zittende personeel gestand te doen, werd elke nieuwe werknemer bij de winkels van het concern gedwongen een verklaring te ondertekenen om na zessen te gaan werken.

De enige autonomie waarover de werknemers daadwerkelijk beschikken is om op te houden met werken. Het uitstroomper-

centage in de detailhandel is nu al met 23 procent het hoogste in Nederland. De verwachting is dat ten gevolge van de nieuwe winkeltijden vooral veel herintredende vrouwen met zorgtaken de sector zullen verlaten. Het werk in de avonduren zal vooral worden opgevangen door scholieren en studenten. Nu al wordt de helft van de banen voor ongeschoolde jongeren in de sector vervuld door scholieren en studenten. Men kan het ook in PvdA-termen gieten: met ruimere winkeltijden kan het grootwinkelbedrijf wellicht minister Ritzen helpen ter verlichting van de korting op de studiefinanciering. Er wordt evenwel niets gedaan aan de problemen van collega-minister Melkert om banen te creëren en iets te doen aan de massawerkloosheid.

Verder is er volop vernieuwing gaande in de detailhandel. De consument merkt dat door het scannen, het pinnen en modernere kassameubels. Ook de logistieke ontwikkelingen eerder in het verkoopproces zijn volop in beweging. De sector heeft geen deregulering van winkeltijden nodig om 'jong en dynamisch' te worden.

De inzet van de FNV Dienstenbond is er vooral in gelegen om sociaal-aanvaardbare vernieuwing tot stand te brengen. Het gaat er dan vooral om de kwaliteit van de arbeid, de contracten en

de loopbaanmogelijkheden te verbeteren. Zo moet de detailhandel een sector worden waar vrouwen, allochtonen en jongeren ook willen blijven werken. Voorwaar een strategie die ook sociaal-democraten zou moeten aanspreken.

Een tweede koopavond

Maar waar blijft de consument dan? De FNV Dienstenbond heeft als compromis voorgesteld een tweede koopavond per winkel toe te staan en de bond verzet zich evenmin tegen een verdere toename van de avondwinkels. Dit voorstel is aantrekkelijk omdat, door per wijk of gemeente een andere avond te kiezen, de consument dan op vier avonden inkopen kan doen. Twee keer in de week is dat in de directe omgeving (bijvoorbeeld dinsdag en donderdag) en op twee andere avonden (woensdag en vrijdag) in een nabijgelegen wijk of gemeente. En voor de 'vergeten boodschap' kan men terecht in de avondwinkel.

Voor het merendeel van het winkelpersoneel wordt het ongemak beperkt tot één extra koopavond. Ofwel een voorstel dat ook enigszins acceptabel is voor de werknemers. Dus sociaal-democraten?

JAN WARNING
Beleidsmedewerker FNV
Dienstenbond

