



Reguleren van drukte in de openbare ruimte

Handreiking crowd management
bij het verantwoord openstellen



Colofon

Auteurs

Syan Schaap (ESI Event Safety Institute)

Marianne Dijkshoorn (ESI Event Safety Institute)

Deze publicatie is mede tot stand gekomen door samenwerking met:

- Gemeente Eindhoven
- Gemeente 's-Hertogenbosch
- Gemeente Alkmaar
- IederIn, Netwerk voor mensen met een chronische beperking of ziekte
- INCONTROL Simulation Software – Pedestrian Dynamics



Inhoudsopgave

Voorwoord	3
1. Crowd management bij anderhalvemeter afstand	7
1.1 Regie op de openbare ruimte	7
1.2 Focus en afbakening	7
1.3 Leeswijzer	8
2. Taken, verantwoordelijkheden en samenwerking	9
Ondernemers en maatschappelijke instellingen	9
De gemeente	9
Partners voor de gemeente	10
3. Crowd management	11
3.1 Centrale uitgangspunten	11
3.2 Drie basisprincipes als oorzaak en oplossing	16
3.3 Design van de openbare ruimte	17
3.4 Informatie in de openbare ruimte	19
3.5 Management van de openbare ruimte	21
3.6 Punten van aandacht	23
4. Proces gefaseerde aanpak	27
4.1 Projectteam	27
4.2 De 'evenementfase'	27
4.3 De borgingsfase	31
4.4 Na de anderhalvemeternorm	32
Bijlage 1: overzicht van maatregelen per type looproute	34
Bijlage 2: aandachtspunten voor bezoekers met een beperking	36
Bijlage 3: nadere verdieping	37



1. Crowd management bij anderhalvemeter afstand

1.1 Regie op de openbare ruimte

Wat kunnen gemeenten doen om naleving van de anderhalvemeternorm in de openbare ruimte te faciliteren? Burgers, ondernemers en instellingen zijn primair zelf verantwoordelijk voor het naleven van het anderhalve meter afstand houden. Maar het houden van afstand in een menigte gaat al gauw niet meer vanzelf. Bijvoorbeeld wanneer het druk wordt, de omgeving de ruimte niet biedt om afstand te nemen of wanneer een deel van de aanwezigen de regels bewust of onbewust niet in acht neemt. Daarom is er – zodra het enigszins druk wordt – behoefte aan crowd management. Dit houdt in dat systematisch wordt gestuurd op het veilig verzamelen en een veilige doorstroming van menigten (crowds). Ondernemers moeten dit doen in en om hun winkel of horecagelegenheid, de gemeente krijgt een rol waar dat nodig is in de openbare ruimte. In de praktijk is dit in veel gevallen de binnenstad, de dorpskern of het winkelcentrum.

1.2 Focus en afbakening

De focus ligt op het crowd management in de buitenruimte van binnensteden, dorpskernen en winkelcentra, ook wel aangeduid als kernwinkelgebieden. In deze gebieden kan de naleving van de anderhalvemeternorm soms problemen geven, met de bijkomende gezondheidsrisico's vanwege het coronavirus. In de openbare ruimte heeft de gemeente de primaire verantwoordelijkheid in het waarborgen van de openbare orde, veiligheid en gezondheid.

Er wordt niet ingegaan op de beoordeling van de plannen van ondernemers en instellingen voor de heropening van hun eigen locatie. Zij werken deze zelf uit op basis van het protocol per sector. Ook de indelingen van dagmarkten komt niet aan de orde in deze handreiking. De Centrale Vereniging Ambulante Handel stelde hiervoor een apart protocol op.¹ Deze plannen van ondernemers en instellingen staan overigens niet los van het crowd management op straat. Welke gevolgen drukte

¹ CVAH, 23 april 2020 (te raadplegen via www.cvah.nl).

in en rondom winkels, horeca en publieksinstellingen kan hebben voor de openbare ruimte komt wel aan de orde.

1.3 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 bevat een uiteenzetting van de taken en verantwoordelijkheden van betrokken stakeholders. In dit hoofdstuk wordt aangesloten op de op 15 mei 2020 verschenen handreiking 'Verantwoord bezoek winkelgebieden' van De Retailagenda.

Hoofdstuk 3 beschrijft wat er nodig is voor crowd management in de openbare ruimte binnen de anderhalvemetersamenleving. Het hoofdstuk bevat een beschrijving van de uitgangpunten voor crowd management. Vervolgens wordt uitgelegd welke elementen aandacht nodig hebben in een geslaagde crowd management-aanpak volgens de lijn van drie bepalende factoren: design, informatie en management.

In hoofdstuk 4 wordt de procesgeoriënteerde benadering gevolgd: hoe komen gemeenten van de probleemanalyse tot de uitvoering van maatregelen?

Bijlage 1 bevat een overzicht van indeling van looproutes, met tips over design, informatie en management per type route.

Door het hele document worden specifieke tips meegegeven over het omgaan met bezoekers met een visuele, auditieve, fysieke of mentale beperking. In bijlage 2 is een overzicht van aandachtspunten voor deze bezoekersgroep opgenomen.

Bijlage 3 bevat een overzicht van relevante bronnen voor nadere verdieping.



2. Taken, verantwoordelijkheden en samenwerking



**alleen samen krijgen we
corona onder controle**

Figuur 1 Afbeelding uit de landelijke campagne

“Alleen samen krijgen we corona onder controle” is de slogan van de landelijke publiekscampagne. Uitgangspunt bij de aanpak is dus samenwerking, uiteraard met behoud van ieders eigen taak en verantwoordelijkheid. De taakverdeling met betrekking tot crowd management tijdens de anderhalvemeternorm is op hoofdlijnen als volgt.

Ondernemers en maatschappelijke instellingen

Hebben de verantwoordelijkheid voor hun locaties en de effecten van het bezoek aan deze locaties op de drukte en doorstroming in de openbare ruimte. Dit houdt in dat zij zelf maatregelen moeten nemen om zich te houden aan de geldende normen en te zorgen dat bezoekers dit ook doen. Het betekent in ieder geval dat zij zorgen dat de afstandsnorm van anderhalve meter wordt nageleefd. Maar ook dat zij waarborgen dat er geen effecten optreden in de openbare ruimte, bijvoorbeeld door wachtrijen of terrasopstellingen.

De gemeente

Is toezichthouder op de openbare ruimte en beheerder van wandelgebieden, fietspaden en wegen. De gemeentelijke taken zijn onder meer toezicht en handhaving van de naleving van wet- en regelgeving, schoonmaak, vuilnisophaal en groenonderhoud.

Daarnaast heeft de gemeente er een regietaak bijgekregen: het initiëren en coördineren van de crowd management-aanpak in de openbare ruimte vanwege de anderhalvemeternorm. Vanuit die taak neemt ze bepaalde maatregelen zelf, beoordeelt ze de (impact van) maatregelen van ondernemers en instellingen, is ze de verbinder van initiatieven en kan ze de gezamenlijke aanpak van individuele ondernemers en instellingen ondersteunen. Aansluitend initieert of faciliteert ze een eenduidige communicatiestrategie voor het gebruik van de openbare ruimte in coronatijd.

Partners voor de gemeente

Vele andere organisaties zijn partner voor de gemeente en leveren hun bijdrage aan de aanpak vanuit de eigen taakstelling. We benoemen er hier enkele, waarbij het evident is dat elke gemeente zijn eigen *couleur locale* kent en deze opsomming derhalve niet uitputtend zal zijn.²

- De ondernemersvereniging, de lokale afdeling van Koninklijke Horeca Nederland en/ of een Bedrijven Investeringszone (BIZ) kunnen een aanpak initiëren of ondersteunen.
- Maatschappelijke en culturele voorzieningen in het gebied zijn belangrijke gesprekspartners. Zij willen immers ook zoveel mogelijk kunnen functioneren in de anderhalvemetersamenleving.
- Een stichting City Marketing kan de gemeente helpen bij het bij elkaar brengen van ideeën, het afstemmen van de plannen van ondernemers op elkaar en het vormen van een communicatiestrategie. Zij werkt mogelijk met partners die kunnen helpen een campagne in het *City Brand*-design te maken.
- Een centrummanager kan een belangrijke verbindende rol hebben tussen de betrokken stakeholders, publiek en privaat. De centrummanager kan overigens bij de gemeente werkzaam zijn.
- Vastgoedeigenaren en vastgoedbeheerders hebben een belang bij het veilig opengaan van een winkel- en/of horecagebied en zijn verantwoordelijk voor beheer en onderhoud. Contacten met winkeliers kunnen via vastgoedbeheerders verlopen. Met beheerders van parkeergarages kan onder meer worden afgestemd over de communicatie naar inkomend publiek en het gebruik van in- en uitgangen van het gebouw.
- De marktmeester en ondernemers die actief zijn op de dagmarkt hebben wellicht een eigen protocol, maar dit moet ook goed aansluiten op wat in de openbare ruimte mogelijk en wenselijk is.
- Bewonersverenigingen en buurtcollectieven kunnen een bijdrage leveren aan de aanpak. Daarnaast is het raadzaam via deze organisatieverbanden de omgeving goed te informeren over de aanpak in de openbare ruimte en wat zij ervan gaan merken.
- Specialisten op het gebied van crowd management, veiligheid, mobiliteit en communicatie kunnen een nuttige expertbijdrage leveren. Specialisten hebben vaak al ervaringen en inzichten die direct bruikbaar zijn, kunnen zodoende bijdragen aan een versnelde uitwerking van de aanpak.
- Brancheorganisaties ontwikkelden ook protocollen en richtlijnen voor onder meer horeca en winkels. Betrek deze protocollen ook in de aanpak en overleg waar nodig met de betreffende brancheorganisatie.
- De politie draagt bij vanuit de politietaken, waaronder bewaken van de openbare orde, opsporing van strafbare feiten en hulpverlening bij nood. De politie is ook adviseur van het bevoegd gezag. Ze kan gevraagd en ongevraagd adviseren over de risico's en de benodigde aanpak om de openbare orde en veiligheid te beheersen.
- De Veiligheidsregio beoordeelt de inrichtingsplannen van gebouwen op brandveiligheid; aanpassingen vanwege de anderhalvemeternorm kunnen ook ter toetsing aan de Veiligheidsregio worden voorgelegd. De Veiligheidsregio controleert of de bereikbaarheid voor hulpdiensten niet in het geding is en kan, net als de politie, het bevoegd gezag gevraagd en ongevraagd adviseren over de risico's die zij signaleert.

² Zie ook De Retailagenda, Handreiking verantwoord winkelbezoek, 15 mei 2020.



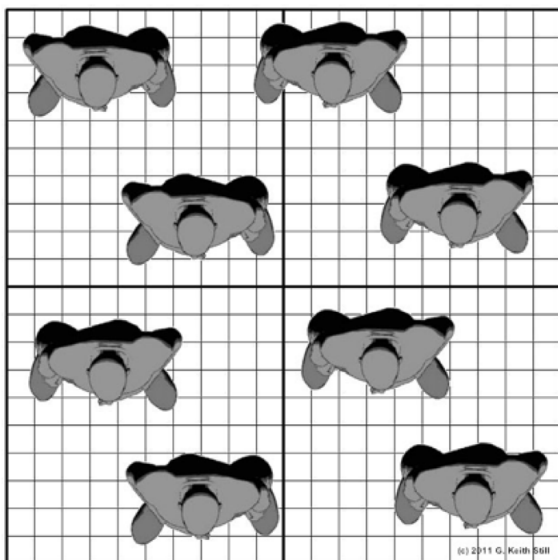
3. Crowd management

3.1 Centrale uitgangspunten

Crowd management is een vakgebied dat steeds meer wordt toegepast in ons land. De behoefte aan crowd management neemt toe vanwege toenemende drukte. Eerst vooral in treinstations en op luchthavens, later ook bij evenementen, en nu in de coronatijd ook op tal van andere drukke plaatsen, zoals hotels, musea, scholen, congrescentra en horecagebieden.

Binnen het vakgebied crowd management zijn de volgende aspecten cruciaal:

- Dichtheid;
- Doorstroming;
- Wachtrijen;
- Gedrag: stemming en naleefgedrag.

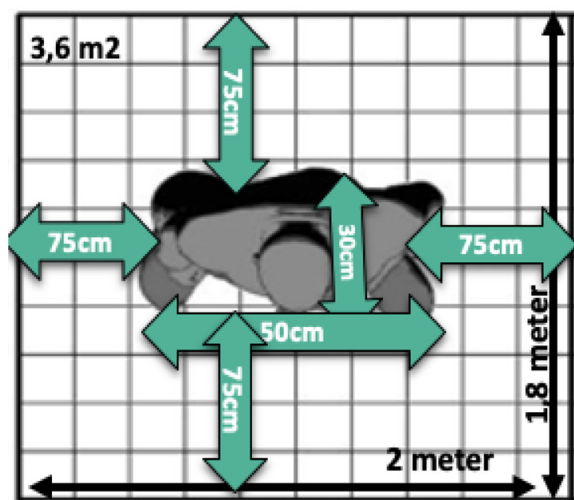


Figuur 2: Modelweergave 2 personen per vierkante meter

Dichtheid betreft het aantal personen per vierkante meter. Mensen kiezen ervoor om in een bepaalde dichtheid op elkaar te staan, maar kunnen hier ook door omstandigheden toe worden gedwongen. Het is daarom van belang om vast te stellen wat nog veilig is. Een veilige dichtheid voor een wachtrij kan zonder corona 3 tot 4 personen per vierkante meter zijn, in een café kan dit 2 tot 3 personen per vierkante meter zijn, maar in een winkel of op looproutes levert een dichtheid van meer dan 1 persoon per vierkante meter al veiligheidsrisico's op. De meeste winkelstraten halen

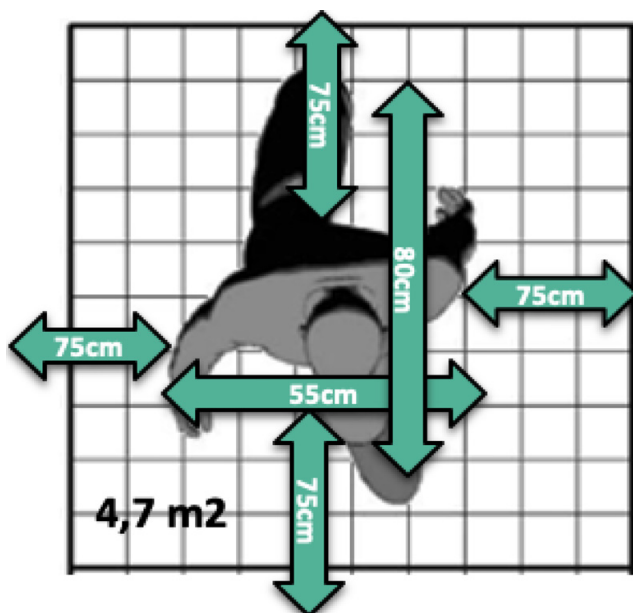
dergelijke dichtheden normaliter niet; hoogstens op drukke punten zoals bij een verkeerslicht of in de nabijheid van een broodjeszaak of snackbar.

Vanwege de nieuwe anderhalvemeternorm levert de dichtheid nu veel sneller een knelpunt op. Als mensen anderhalve meter afstand van elkaar moeten houden, betekent dit dat iedere persoon 75 centimeter om zich heen vrij moet houden. Daarmee neemt een gemiddelde staande persoon 3,6 vierkante meter aan ruimte in. De gemiddelde omvang van een persoon is 50 centimeter breed en 30 centimeter diep. Dit levert een publieksdichtheid op van 0,277 personen per vierkante meter.



Figuur 3: Modelweergave stilstaande persoon

Als mensen lopen, nemen zij meer ruimte in. Dit wordt duidelijk in de figuur hiernaast. Een gemiddelde lopende persoon neemt ongeveer 55 bij 80 centimeter aan oppervlakte in. Ook deze persoon moet vervolgens aan alle zijden 75 centimeter afstand in acht nemen en neemt in zijn totaliteit daarmee 4,7 vierkante meter aan ruimte in.



Figuur 4: Modelweergave lopende persoon

Gevolgen anderhalvemeternorm in de praktijk

De bezoekersdichtheid wordt nu in de binnenstad, de dorpskern of het winkelcentrum eerder een knelpunt dan voorheen:

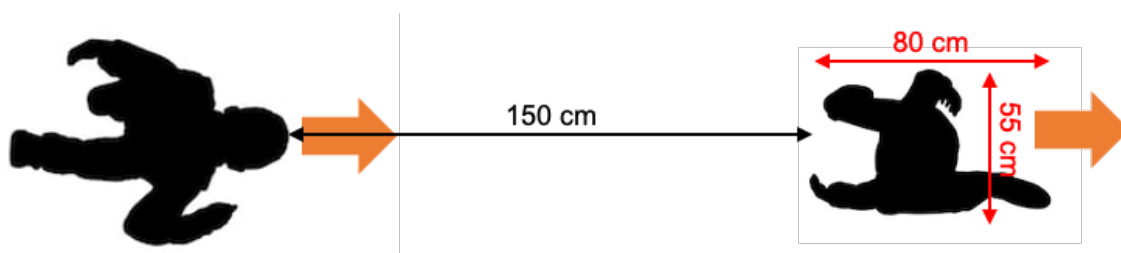
- winkels die normaal voldoende hebben aan 2 vierkante meter per klant aan vloeroppervlak, komen nu ruimte tekort;
- restaurants moeten hun tafels en terrassen zodanig opstellen dat anderhalve meter is gewaarborgd tussen gezelschappen;³
- in een smalle straat of op een standaard 2 meter breed trottoir is er niet genoeg ruimte om elkaar op anderhalve meter afstand te passeren;
- een groep mensen die in een winkelstraat staat te praten, ontnemt passanten al snel de gelegenheid om met anderhalve meter afstand te passeren;
- standhouders en kramen veroorzaken in de nieuwe situatie een andere dynamiek door hun aanwezigheid.

Doorstroming betreft de mate waarin een menigte vrij kan bewegen van punt A naar punt B.

Ongehinderd door enige obstakels of omstanders, loopt een gemiddelde West-Europese burger ongeveer 1,34 meter per seconde. Slenterend door een winkelstraat ligt de snelheid overigens al snel een stuk lager, rond de 1 meter per seconde. De doorstroming op straat kan worden gehinderd door:

- een hogere dichtheid (bijvoorbeeld een wachtrij of groep op straat;
- snelheidsverschillen, zeker in smalle straten;
- kruisende stromen, waardoor mensen de pas moeten inhouden en elkaar omzeilen;
- trappen, hellingbanen, straatmeubilair;
- het samenkomen van twee looproutes, waardoor de beschikbare ruimte na dit punt door mensen uit beide richtingen wordt gebruikt;
- de aanwezigheid van (brom)fietsverkeer in wandel- en winkelgebieden.

Als de breedte van looproute niet de gelegenheid geeft om naast elkaar te lopen en daarbij minimaal 1,5 meter afstand te houden, wordt de maximale doorstroming beperkt tot één loopstroom. De snelheid in die loopstroom wordt al snel bepaald door de langzaamste persoon (of: vertraagd door degene die bij een etalage van een winkel blijft stilstaan).⁴



3 Zie ook Koninklijke Horeca Nederland, Protocol Heropening Horeca, 22 mei 2020.

4 Zie ook bijlage 1 voor meer informatie over afmetingen van looproutes.

Voorbeeld doorstroming

Een straat heeft aan beide zijden een trottoir van 2 meter breed. Dit is te smal om elkaar met 1,5 meter afstand te passeren (immers de persoon zelf neemt al 55 cm ruimte in en heeft ook nog ruimte aan weerszijden nodig). Van beide zijden stromen normaliter mensen de straat in. Dat is niet meer mogelijk door gebrek aan ruimte om elkaar te passeren. Er is per trottoir nog maar een loopstroom mogelijk vanuit één richting.

Bezoekers met een beperking

Ook mensen met een fysieke, mentale, visuele en auditieve beperking en mensen met een chronische ziekte maken gebruik van de buitenruimte. Door het gebruik van hulpmiddelen kunnen zij meer ruimte nodig hebben of zichzelf langzamer voortbewegen. Het uitgangspunt moet zijn dat zij net zo goed als mensen zonder beperking inclusief moeten kunnen deelnemen aan de openbare ruimte, met in achtname van de anderhalvemeternorm.

In een winkelgebied verplaatsen mensen zich voortdurend van punt A naar punt B. Bijvoorbeeld van huis naar de parkeergarage, van de parkeergarage naar de pinautomaat en van de pinautomaat naar de modewinkel. Op deze routes kunnen zij punten passeren waar een bepaalde handeling moet worden verricht. De tijd die deze handeling duurt noemen we **verwerkingstijd**. Zo heeft een verkeerslicht voor voetgangers een bepaalde verwerkingstijd: het aantal voetgangers per minuut dat er kan passeren. De pinautomaat kan een bepaald aantal transacties per minuut verwerken. Winkels kunnen een verwerkingstijd hebben, bijvoorbeeld vanwege het verlaagde aantal personen dat er nu in mag op basis van de afstandseisen (wachten op je beurt) of de registratie van iedere bezoeker die binnenkomt. Als deze verwerkingstijd langer is dan het aantal mensen dat per minuut arriveert, bouwt zich een wachtrij op.

Voorbeeld verwerkingstijd

Bezoekers naderen een supermarkt met 10 personen per minuut. Dat is gemiddeld iedere 6 seconden een nieuwe persoon. Als zij daar ieder 10 seconden moeten wachten op een winkelwagen die wordt aange-reikt, bouwt zich een wachtrij op.

Wachtrijen ontstaan dus op plaatsen waar zich in een bepaalde tijdsperiode (seconden, minuten) meer mensen aandienen dan er in diezelfde tijd kunnen passeren. De belangrijkste oorzaken van een wachtrij in de openbare ruimte zijn:

- de beperkte publiekscapaciteit van winkels binnen de anderhalvemeternorm, waardoor mensen moeten wachten totdat een klant binnen klaar is en naar buiten komt;
- wachttijden voor stoplichten en andere oversteekpunten (kruisend verkeer dat voorrang heeft of vrije doorstroming vertraagt);
- versmallingen op een drukke looproute; het gedeelte na de versmalling kan minder mensen per minuut verwerken dan het gedeelte ervoor.

Afmetingen wachtrij

Let op: om anderhalve meter afstand te houden in een wachtrij, moet ieder wachtvak minstens 2 meter lang zijn. Daarbij gaan we uit van een gemiddelde diepte per persoon van 30 centimeter + 1,5 meter afstand tot de personen voor en achter, maar houden we ook rekening met het gebruik van het wachtvak door mensen in een rolstoel. Het is echter verstandiger om wachtvakken te maken van 2,3 meter lang, want bezoekers komen vaak in tweetallen. In een vak van 2,3 meter lang kunnen twee bezoekers achter elkaar staan en nog 1,5 meter afstand houden tot anderen in de wachtrij.

Voorbeeld wachtrij

We gaan verder met het voorbeeld van de winkelwagens bij de supermarkt. Na 5 minuten is de wachtrij gegroeid tot 20 personen (5 x 10 personen zijn komen aanlopen; 5 x 6 personen hebben een winkelwagen gekregen; $50 - 30 = 20$). Deze 20 personen nemen, uitgaande van 50% tweetallen en 50% individuen, achter elkaar een ruimte in van bijna 33 meter ($2,3\text{m} \times 14 \text{ vakken} + 0,5\text{m}$ voor de achterste perso(o)n(en) $20 = 32,7\text{m}$).

Een versmalling op een looproute kan verschillende oorzaken hebben, zoals:

- fysieke versmalling van de breedte van de stoep, bijvoorbeeld door een bouwschutting;
- plantenbakken, bomen, bankjes, vuilnisbakken en ander straatmeubilair;
- stilstaande (groepjes) mensen, bijvoorbeeld omdat hun aandacht wordt getrokken naar een winkel, omdat zij rondom een bankje staan te praten of omdat zij in een wachtrij staan voor een winkel of een stoplicht.

Korte wachtrijen zijn in de anderhalvemetersamenleving soms onvermijdelijk. Zolang de wachtrij goed gereguleerd wordt en het wachten niet al te lang duurt, is dit geen probleem. In het kader van *social distancing* zijn met name langere wachtrijen onwenselijk. In een wachtrij ontstaat al een snel een overtreding van de anderhalvemeternorm, onder meer doordat families samen meer ruimte innemen of omdat mensen de neiging kunnen hebben dichter op elkaar te gaan staan dan anderhalve meter. In de praktijk blijkt dit mede veroorzaakt door het onjuist markeren van de afstand, bijvoorbeeld 1,5 meter in plaats van 2 meter of 2,3 meter, waardoor wachtenden niet voldoende ruimte hebben binnen het vak. Daarnaast wordt de doorstroming op de doorgaande looproutes al snel negatief beïnvloed door de wachtrijopstelling. Is de stoep te smal om in een wachtrij 1,5 meter afstand te houden van passerend publiek, dan dient een wachtrij te worden voorkomen.

Door het identificeren van de factoren die bijdragen aan het ontstaan van een wachtrij, kunnen er aanpassingen worden doorgevoerd om de wachtrij te voorkomen of beperken.

Voorbeeld wachtrij bij verkeerslicht

Het verkeerslicht van een voetgangersoversteekpunt staat telkens 10 seconden op groen en daarna 50 seconden op rood. Per minuut arriveren 3 personen bij het oversteekpunt. Vanaf het moment van op rood springen bouwt zich dus een wachtrij op waar gemiddeld iedere 20 seconden iemand bij komt. Na 50 seconden rood licht staan gemiddeld 3 personen te wachten. Zij nemen samen, met inachtneming van de 1,5 meter afstand, ruim 10 vierkante meter in beslag. Op een standaardtrottoir van 2 meter breed kan nu niemand meer passeren zonder binnen de anderhalve meter van deze wachtende personen te komen.

Voorbeeld wachtrij in een winkelstraat

Vanwege drukte in de supermarkt in een winkelstraat staat er een wachtrij van 5 personen langs de gevel. De winkelier heeft in de wachtrij vakken gemaakt van 1,5 meter lang en 60 centimeter breed. Personen in de wachtrij hebben nu een afstand van ongeveer 1,2 meter tot elkaar. Voor passerend publiek is op de straat nog 3 meter over. Hierdoor ontstaan er op drukke momenten problemen met afstand houden tussen tegemoetkomende stromen en tussen de publieksstroom en de wachtrij. De weg had minimaal 4,2 meter breed moeten zijn om tweerichtingsverkeer te faciliteren met een onderlinge afstand van 1,5 meter en een afstand tot de wachtrij van 1,5 meter. De wachtvakken hadden ook langer moeten zijn.⁵

Menselijk gedrag is de meest complexe factor in crowd management. Hoe mensen zich in de coronatijd gedragen in de openbare ruimte hangt van tal van factoren af:⁵

- hoe hoog schatten zij het risico in op besmetting bij gebrek aan *social distancing* (waarbij o.a. meespeelt: hoe risicovol is een persoon, maar ook welke informatie is leidend in de oordeelsvorming);

⁵ Zie bijlage 2 voor meer uitleg over straatbreedtes in verschillende situaties.

- hoe bekend zijn zij met de omgeving: wonen of werken zij in het gebied, waardoor er veel ingesleten patronen zijn, of zijn zij relatief vreemd in de omgeving;
- hoe verhouden mensen in het gebied zich tot elkaar, is er een sociale verbondenheid zoals vaak onder inwoners van een klein dorp of een hechte buurt het geval is? Of is er sprake van een hoge mate van anonimiteit, waardoor zij elkaar minder snel aanspreken;
- hoe is de sociale acceptatie van de genomen maatregelen c.q. de beperkingen; is men bereid tot aanpassing (en hoe lang is men bereid dit te accepteren?);
- hoe groot is de veronderstelde beloning om ergens op tijd te zijn of een bepaalde plek te bereiken en hoe verhoudt die beloning zich tot het door de betreffende persoon ingeschatte risico van corona? Denk aan de stuntaanbieding van een winkelketen;
- kunnen mensen met een visuele, auditieve, fysieke of mentale beperking zich houden aan de regels op straat? Kunnen zij tijdelijke maatregelen waarnemen? Kunnen zij deze begrijpen? Kunnen zij zich eraan houden? Ogenscheinlijk bewust normafwijkend gedrag kan worden veroorzaakt door de beperkingen van een persoon.

Voorbeeld gedrag bij mooi weer

Terwijl de cijfers van ziekenhuisopnamen zijn gedaald, is de zon steeds uitbundiger gaan schijnen en lopen temperaturen op. Mensen gaan meer de straat op, waarbij de veelgehoorde opvatting is: we willen genieten van het mooie weer en het risico is nu toch al minder? Het gevolg is dat zich in het park en in het winkelcentrum op een aantal plekken zoveel mensen ophouden dat anderhalve meter afstand houden niet meer mogelijk is.

Het gedrag in de crowd wordt ook beïnvloed door de interventies op straat en in de omliggende winkels en horeca. Bijvoorbeeld:

- is het aangepaste design van de omgeving logisch of is het juist verwarrend, vraagt het om tegennatuurlijk gedrag zoals een flink eind omlopen;
- hoe wordt het gewenste gedrag overgebracht: hoe duidelijk en leesbaar zijn de borden, spelen die in op een collectieve uitdaging waar ook gebruikers van de openbare ruimte een bijdrage aan moeten leveren;
- krijgen mensen de boodschap over afstand houden ook mee door *nudging*, dat wil zeggen beïnvloeding van hun gedrag door gebruik van kleuren, strepen, pijlen en positieve, stimulerende boodschappen;
- hoe worden mensen aangesproken wanneer zij zich – bewust of onbewust – niet houden aan de regels op straat? Krijgen zij vriendelijk uitgelegd waarom iets nodig is of niet kan, of wordt er direct corrigerend/ handhavend opgetreden;
- treedt een horecaondernemer consequent op als mensen hun stoelen verplaatsen op een terras of wanneer een groep staand rond een terras blijft hangen?

Voorbeeld negeren routes

De gemeente heeft eenrichtingverkeer ingesteld in de smalste straten van het stadscentrum. Tijdens een ronde door het centrum valt op dat velen zich niet aan deze eenrichtingsroutes houden. Navraag bij passanten leert dat een groot gedeelte de geplaatste borden niet als voetgangers- maar verkeersborden zien en deze niet op zichzelf van toepassing verklaren.

3.2 Drie basisprincipes als oorzaak en oplossing

Drie belangrijke basisprincipes van crowd management zijn design, informatie en management. *Crowd disasters* (rampen met menigten) van over de hele wereld hadden vaak een fout in het **design** als basis: de ruimte was te krap om de hoeveelheid mensen er te laten passeren of verzamelen. Soms worden problemen veroorzaakt door **informatie** die gedrag heeft getriggerd, of juist gebrek aan informatie. Dit kan zijn omdat een groep mensen zich heeft verzameld voor een bepaald doel en, wanneer informatie bekend wordt dat hen triggert zich in een bepaalde richting te bewegen, zich massaal begint de verplaatsen en de risico's daarmee op de koop toe neemt. Dit kan een oproep tot gebed van een religieus leider zijn, maar ook plotseling opstekend noodweer waarvoor

mensen willen schuilen. Tenslotte kan ook een fout in het **management** problemen met een crowd veroorzaken. Denk aan het te laat afsluiten van een vol plein, het aanwakken van agressie in de menigte door de wijze van bejegening of te laat ingrijpen in een situatie door gebrek aan overzicht. Problemen met doorstroming en dichtheid, het ontstaan van wachtrijen en normovertredend gedrag kunnen dus door meerdere van deze factoren worden veroorzaakt, maar de drie factoren geven ook houvast voor oplossingen.

3.3 Design van de openbare ruimte

Het begrip 'design' beschrijft de inrichting van het gebied van de binnenstad, de dorpskern of het winkelcentrum. Dit kan de permanente indeling van straten en stoepen zijn, maar ook de tijdelijke inrichting. Bijvoorbeeld door de plaatsing van hekken als middellijn om publieksstromen te scheiden. Of de verbreding van de loopzone in het winkelgebied middels een tijdelijk verbod voor fietsen of gemotoriseerd verkeer.

Mogelijke knelpunten in het design

In drukke winkelgebieden bestonden mogelijk voorheen al op drukke dagen uitdagingen ten aanzien van de doorstroming van bezoekers en de capaciteit van het gebied. Misschien was het soms al zo druk dat vrije doorstroming wordt gehinderd (denk aan de Kalverstraat in Amsterdam). Door de afstandseis van anderhalve meter kan een winkelgebied minder tot misschien wel veel mensen per minuut verwerken dan normaal. Was voorheen de piekdruk in de winkelstraat beperkt, dan hoeft de impact van de afstandseis niet groot te zijn. Maar kwamen bezoekers voorheen op drukke dagen in hoge dichtheden door het winkelgebied, dan kan de impact wel groot zijn.

Doorstroomcapaciteit op anderhalve meter

Een looproute kan op zijn maximum 82 personen per meter (breedte) per minuut verwerken.⁶ Dat is met een dichtheid van ongeveer 2 personen per vierkante meter, vrij oncomfortabel dus. Een straat zoals de Kalverstraat van 8 meter breed zou dus in theorie maximaal ongeveer 650 personen per minuut kunnen verwerken, als iedereen dezelfde kant op zou lopen (tegengestelde stromingen hebben een lagere doorstroomcapaciteit). Een gemiddelde winkelstraat zal doorgaans slechts een fractie van dit aantal bezoekers verwerken, omdat de maximale drukte niet wordt bereikt.

Uit een recente simulatiestudie blijkt dat met anderhalve meter afstand de maximale doorstroomcapaciteit van looproutes in een centrumgebied terugvalt naar maximaal 12,5 bezoekers per meter per minuut.⁷ Dit is slechts 15% van de oorspronkelijke maximale doorstroomcapaciteit. Bij tweerichtingsverkeer van winkelend publiek is de doorstroomsnelheid niet hoger dan 4 tot 7,5 personen per meter per minuut, afhankelijk van de breedte van de straat. Hoeveel de winkelstraat in uw gemeente in de praktijk hierdoor terugvalt in capaciteit hangt af van de drukte voorheen en de vraag of bezoekers zich netjes houden aan de afstandseis.

Het design van wachtrijen, terrassen en uitstallingen kan problemen opleveren, bijvoorbeeld:

- door een wachtrij dwars op de looproute worden passanten gedwongen dichter dan anderhalve meter te passeren;
- door uitbouw van een terras wordt een looproute versmald. Passanten worden door deze versmalling gedwongen elkaar te passeren op te korte afstand;
- een uitstalling zoals een reclamebord, een straatmuzikant, een samplingactie of een verkooppunt voor eten en drinken voor een winkel dwingt passanten om op de doorgaande looproute

6 Bron: G.K. Stil, 2000.

7 Deze getallen zijn gevalideerd in een actuele simulatiestudie van INCONTROL Simulation Software naar bezoekersstromen in de anderhalvemetersamenleving. Hierbij is de uitkomst afhankelijk van de breedte van de route, een- of tweerichtingsverkeer en de vraag of er wordt uitgegaan van een snelheid van een reguliere loopstroom (1,35 meter per seconde, 12,5 personen per meter per minuut) of van winkelend publiek (1,04 meter per seconde, 11 personen per meter per minuut).

dichter op elkaar te gaan lopen en kan ook een aanzuigende werking hebben, waardoor ongewenste groeps- of wachtrij vorming ontstaat.

Design: bezoekers met een beperking

Houd altijd rekening met het gebruik van de openbare ruimte door mensen met een beperking. Zij moeten net als de andere bezoekers van het centrumgebied van de openbare ruimte gebruik kunnen maken.

- Trottoirs, winkelstraten, doorgangen, deuren en wachtrijen worden ook door mensen met een fysieke beperking gebruikt. Zij gebruiken vaak hulpmiddelen zoals een rolstoel of een rollator. Door het gebruik van een hulpmiddel dat gemiddeld 50 tot 80 centimeter breed is, moeten de eenrichtingslooppaden minimaal 90 centimeter breed zijn.
- Looproutes moeten drempelvrij zijn en mogen niet glad worden door tijdelijke stickers.
- Mochten er drempels aanwezig zijn, dan is een drempelbrug of invalidenafrit nodig bij drempels hoger dan 2 centimeter omdat rollatorgebruiker schuifelen en het lastig is om met een rolstoel een drempel hoger dan 2 centimeter te nemen.
- De looproutes moeten aansluiting bieden op de bestaande invalidenafritten in de trottoirbanden.
- Eveneens is een aandachtspunt dat bestaande blindengeleidenlijnen niet worden geblokkeerd door obstakels en/of stickers die zijn aangebracht om routes en richtingen te markeren.

Suggesties Design

- Scheid tegemoetkomende loopstromen in brede winkelstraten door iedereen rechts te laten lopen en dit met pijlen te markeren.
- Breng een middenstreep aan op straat wanneer er aan beide zijden genoeg ruimte is om twee stromen elkaar te laten passeren.⁸
- Maak met stippellijnen oversteekpunten bij iedere kruising, zijstraat en na iedere 25 meter, om te voorkomen dat bezoekers noodgedwongen de doorgetrokken streep moeten oversteken.
- Stel waar mogelijk (ver)bouwwerkzaamheden in drukke winkelgebieden uit als die een deel van het straatoppervlak in beslag nemen.
- Stel indien nodig eenrichtingverkeer in (hoe noodzakelijk dit is hangt af van de drukte en de breedte van de straat).⁹ Dit is voor bewoners tegennatuurlijk en zal niet door iedereen worden geaccepteerd. Zorg dan ook voor korte omleidingen en maak een combinatie met informatie en management.
- Overweeg in drukke straten het verwijderen van straatmeubilair dat door zijn omvang en/of positie bezoekers dwingt elkaar te dicht te naderen. Houd wel bankjes op straat, als rustplaats voor ouderen en mensen die vanwege een chronische of tijdelijke beperking niet lang kunnen lopen.
- Verbied de plaatsing van reclameborden en andere uitstallingen op straat die door hun omvang en/of positie bezoekers dwingen elkaar te dicht te naderen.
- Overweeg een fietsverbod in winkelstraten waar alle ruimte nodig is voor voetgangers.
- Overweeg een verbod op gemotoriseerd verkeer op piekmomenten in straten waar het aanbod voetgangers en fietsers hoog is.
- Maak afspraken met ondernemers en instellingen over o.a. schilderwerkzaamheden en glazenwassers. Voorkomen moet worden dat zij de doorstroming op straat belemmeren.
- Maak afspraken met ondernemers en instellingen over hoe zij in hun inrichting rekening houden met mensen met een beperking.
- Laat bak-, ijs- markt- en bloemenkramen op posities staan die de toeloop aankunnen en niet direct terugslaan op de doorstroming op straat.
- Maak ook afspraken met eigenaren van draaiorgels en andere straatartiesten over een plek waar 1,5 meter afstand kan worden bewaard.
- Wees terughoudend in het toestaan van ambulante handel waarover geen scherpe afspraken te maken zijn.

3.4 Informatie in de openbare ruimte

Bezoekers van het stadscentrum, de dorpskern of het winkelcentrum baseren hun handelen op informatie waarover zij beschikken. Informatie over de beste plek om de fiets te stallen, informatie over de locatie van de parkeergarage, informatie over de kortste route naar de supermarkt, informatie over afgesloten wegen en omleidingen. Niet iedere bezoeker heeft daarbij dezelfde informatiepositie. En als de situatie is aangepast ten opzichte van wat men gewend was, wordt het zaak om mensen hierover te informeren.



Figuur 5: Markering loopbaanscheiding en richting

Bezoekers van het centrumgebied zijn niet allemaal gelijk, wat betreft de manier waarop ze informatie opzoeken, ontvangen en interpreteren. Op hoofdlijnen kunnen in ieder geval de volgende doelgroepen worden onderscheiden die ieder een eigen informatiepositie, een eigen informatiebehoefte en eigen geprefereerde informatiekanalen hebben:

1. de bewoner van de (binnen)stad of het dorp, die veel op routine door het gebied beweegt, voor vertrek vaak niet of nauwelijks informatie zal opzoeken en zelf de slimste routes kent om blokkades te omzeilen;
2. de dagbezoeker die uit de buitenwijken of de regio komt en redelijk zijn of haar weg in het gebied kent. Deze zal mogelijk vooraf wel enige informatie opzoeken als hij/zij daartoe getriggerd wordt;
3. de toerist die het gebied bezoekt als geplande trip. Hij/ zij zal vaak met gezelschap reizen en relatief veel vooraf plannen. Informatie over de mogelijkheden en onmogelijkheden die via websites en apps wordt aangereikt zal deze doelgroep het meest bereiken.

Communicatieplan

Wie komt er in de binnenstad, welke informatie wilt u hen verstekken? Hoe zorgt u dat deze informatie deze doelgroepen ook bereikt? Betrek uw projectpartners en werk samen met de afdeling Communicatie en een Stichting City Marketing bij het opstellen van een integraal communicatieplan. Maak samen een communicatiematrix. Op deze wijze kunt u veel gericht aan de slag met informatievoorziening en is de impact daarvan groter. Vanuit uw eigen gemeentelijke werkgroep kunt u de verschillende doelgroepen identificeren en vervolgens inventariseren welke middelen in uw gemeente de meeste impact hebben per doelgroep. Hier volgt een fictief voorbeeld.

8 Zie ook de uitwerkingen per type looproute in bijlage 1.

9 Zie ook de uitwerkingen per type looproute in bijlage 1.

Doelgroep Middel	Bewoners	Dagbezoekers	Toeristen
Borden op straat in het winkelgebied	Wisselende reactie, positief of negeren	Nemen de boodschap aan als die helder is	Begrijpen of herkennen borden mogelijk niet
Matrixborden op de toegangsroutes naar het centrum	Deel mist of negeert deze borden	Nemen de boodschap aan als die helder is en wordt gezien	Kunnen de boodschap missen of niet begrijpen
Informatiepanelen op stations en boven hoofdwegen	Komen niet op deze plekken, voelt zich niet aangesproken	Nemen de boodschap aan als die helder is en wordt gezien	Kunnen mogelijk de boodschap missen of niet begrijpen
Aanspreken door een City Host op straat	Kan bij sommigen een negatieve reactie opleveren	Voelen zich aangesproken en passen zich aan	Mits afgestemd op taal en cultuur zal men zich aanpassen
Informatie verwerkt in het straatbeeld (nudging)	Triggert om vaste gedragspatronen aan te passen	Versterkt de boodschap als men die ook al eerder heeft ontvangen	Kunnen mogelijk de boodschap missen of niet begrijpen
Informatie via websites (gemeente/ ondernemers etc.)	Waarschijnlijk vooral geraadpleegd door bewoners met een beperking	Deel zal zich voorbereiden door informatie online te zoeken	Bereiden zich vaak goed voor via digitale kanalen
Informatie op speciale app	Voelen zich niet snel geroepen om een app te gebruiken in de eigen woonomgeving	Deel zal informatie opzoeken en een app willen gebruiken	De vraag is of zij een app zullen vinden en willen downloaden

Figuur 6: Voorbeeld communicatiematrix

Mogelijke knelpunten in de informatievoorziening

Informatie kan mensen ook aanzetten tot ongewenst gedrag. Gebrek aan informatie over een situatie kan daarnaast bijdragen aan het in stand houden of verergeren van een situatie. Een paar voorbeelden:

- de gemeente communiceert via de website en een app over de grote drukte in het centrum; de informatie bereikt bewoners en dagjesmensen uit de regio echter niet, waarna overcrowding ontstaat;
- de borden die de gemeente plaatst zijn te laag en onopvallend, ze vallen weg in het straatbeeld van de vele verkeersborden, reclamezuilen en andere objecten;
- een ijssalon heeft een actie opgezet om extra klanten naar zijn afhaalpunt te trekken; hierdoor stroomt het gebied vol mensen en wordt de hele straat geblokkeerd.

Suggesties informatie

- Neem het initiatief tot een communicatiecampagne gericht op bezoekers van het centrumgebied. Kies voor een ontwerp met kleurstelling en teksten die de doelgroep aanspreken, gebruik niet alleen verkeersborden. Kernboodschap is: u wilt mensen overhalen samen tegen corona te werken.
- Laat posters en andere communicatiemiddelen in winkels, horeca en culturele en maatschappelijke instellingen ophangen in deze stijl, voor de herkenbaarheid en om uit te stralen dat zij allemaal uitgaan van dezelfde principes.
- Bied in toeristische gebieden ook informatie aan in de talen die toeristen begrijpen (Engels, Duits) en gebruik symbolen die eenvoudig te begrijpen zijn.
- Zet lijnen, pijlen en andere markeringen op de straat in geel of geel/zwart, deze kleuren zijn het best waar te nemen voor mensen met een visuele beperking.
- Plaats ge- en verbodsborden op een hoogte die boven het winkelend publiek uitkomen.
- Ondersteun de visuele communicatie met de mogelijkheid om mondelinge uitleg te geven aan bezoekers. Dit is wenselijk voor onder meer mensen met een visuele beperking, kinderen en sommige buitenlandse bezoekers



Figuur 7: Markering op straat

3.5 Management van de openbare ruimte

De aanpak van de publieksstromen is in eerste aanleg erop gericht om de bezoekers van de binnenstad, de dorpskern of het winkelcentrum zelf de keuzes te laten maken die een veilige situatie in stand houden. Pas wanneer dit niet meer lukt, is bijsturing nodig vanuit de gemeente en haar partners.

Om goed te kunnen bijsturen, moet bekend zijn wat de aandachtspunten zijn, moet tijdig ingegrepen kunnen worden en moeten de gemeente en haar partners beschikken over de juiste middelen om effectief op te treden. Denk bijvoorbeeld aan de volgende typen maatregelen:

- cameratoezicht (CCTV) in het gebied; aansturing van de handhavers en City Hosts mede op basis van dit cameratoezicht vanuit een centrale regieruimte;
- het gereed hebben staan van hekken voor afsluitingen en omleidingen, die nodig kunnen zijn wanneer het echt te druk wordt in een straat;
- voldoende inzetbaar personeel om alle toegangsroutes tot het gebied te bemensen en bezoekers dus overal aan te spreken op de geldende spelregels;
- goede afspraken over optreden en opschaling bij normafwijkend gedrag;
- afspraken over eventuele opschaling naar een adviseur Openbare Orde en Veiligheid of naar de burgemeester als gezien de situatie een stevige ingreep nodig is (denk aan bijvoorbeeld de ontruiming van een park).

10 Het 1,5 meter protocol van de CVAH gaat dieper in op de opstelling van marktkramen.

CCTV

Let op: cameratoezicht is pas echt effectief als er ook coördinatie en monitoring op straat zelf aanwezig is, want aansturing via CCTV kent haar beperkingen. Zo is vaak niet ieder relevant gebied in beeld, kijkt de camera vanuit een diagonale richting, waardoor het eerder druk lijkt en mist bij het kijken door een camera een gebied van de sfeer op straat;

Mogelijke knelpunten in het management

Ook in het bijsturen van de publieksstromen kan het soms even minder goed gaan. Vanuit recente, maar ook andere ervaringen met crowd management in binnensteden, zijn de volgende mogelijke knelpunten onder meer bekend:

- onvoldoende personeel en/ of middelen;
- ongekwalificeerd personeel of ongeschikte middelen;
- onvolledig of niet gebriefd personeel;
- gebrek aan overzicht, door gebrek aan camerabeelden of de beperkingen die deze camera-beelden opleveren van de gang van zaken op straat;
- gebrek aan overzicht bij leidinggevend;
- onvoldoende mandaat bij een coördinerend team;
- ontbreken van een coördinerend team.

City Hosts inzetten

Veel gemeenten zetten voor het reguleren van de bezoekersstromen tijdelijk vrijwilligers of beveiligers in als 'City Host'. Zij hebben als taak om mensen welkom te heten, te wijzen op de aangepaste situatie en waar nodig aan te spreken als zij normafwijkend gedrag vertonen. Professionele evenementen- en horecabeveiligers zullen hier vaak beter mee om weten te gaan dan studenten of vrijwilligers.

De dames en heren die als City Host worden ingezet krijgen soms een grote mond of zelfs een agressieve reactie wanneer zij mensen op straat aanspreken. Ook staan zij er in sommige gevallen ongeïnteresseerd en passief bij. Het succesvol inzetten van City Hosts hangt voor een belangrijk deel af van hun professionaliteit en communicatieve vaardigheden. Natuurlijk is een duidelijke instructie ook van belang, zodat zij met de juiste mind set aan het werk gaan. Verder zal het succesvol optreden van de City Hosts ook afhangen van de logica en duidelijkheid van genomen maatregelen en de mate van acceptatie van de regels onder bezoekers van het centrumgebied.

Voorbeeld City Hosts

Een City Host die aan het begin van een winkelstraat is opgesteld laat, ondanks een met borden aangegeven fietsenverbod, iedereen met een fiets ongehinderd de straat inrijden. De collega die een eindje verderop staat treedt wel consequent tegen fietsen in de winkelstraat op. Hij krijgt de wind van voren van verschillende fietsers, want hoe kan het dat het bij hem niet mag en bij zijn collega wel?

Suggesties management

- Richt op drukke dagen een coördinatieteam binnenstad in, waarin een crowd management-coördinator, een coördinator Toezicht en Handhaving, een eventuele vertegenwoordiger van ingezette City Hosts en de politie periodiek informatie uitwisselen en waar nodig de aanpak bijsturen.
- Organiseer leiding en coördinatie door een combinatie te maken van aansturing vanuit een regieruimte (met camerabeelden) en waarnemingen op straat.
- Laat de City Hosts briefen door de coördinator crowd management. Hij/zij dient hen mee te nemen in de mogelijke scenario's, de aanpak die dan nodig is en wat dit betekent voor de inzet van de City Hosts zelf.
- Laat de briefings ondersteunen door middel van taakkaarten die aan de City Hosts worden uitgereikt. Hierop staat op hoofdlijnen hun instructie, maar kunnen ook een plattegrondje en tips voor bejegening van bezoekers worden opgenomen.
- Kleed de City Hosts professioneel en duidelijk herkenbaar aan, in kleuren van de gemeente of het winkelgebied, met aanduiding van hun functie.

3.6 Punten van aandacht

Het crowd management werkt als design, informatie en management met elkaar in balans zijn. We geven in deze paragraaf voor een aantal veel voorkomende situaties aandachtspunten mee.

Winkels, instellingen en wachtvakken

Winkeliers, horecaondernemers en beheerders van maatschappelijke en culturele instellingen maken ieder een plan voor het crowd management voor hun locatie. Zij dienen dit ter informatie en ter toetsing bij de gemeente aan te leveren. De wijze waarop zij hun bezoekersstromen reguleren kan effecten hebben voor de openbare ruimte.

- Spreek met ondernemers en instellingen af dat een eventuele wachtrij buiten hun locatie met gele strepen wordt afgebakend. Een richtlijn voor wachtvakken is 2,30 meter lang en 90 centimeter breed. Daarmee kunnen twee personen uit één familie samen achter elkaar in een wachtvak staan en anderhalve meter afstand houden tot de personen voor en achter hen. Als er geen ruimte is voor vakken van 2,30 meter, is een alternatief om wachtvakken te maken van 2 meter lang en 1,20 meter breed, zodat mensen naast elkaar kunnen staan. Let ook op de afstand van 1,5 meter tussen naastgelegen wachtrijen.
- Als winkeliers wachtrijen creëren, dan doen zij dat mogelijk met hekken, tijdelijke wanden of koorden tussen piketpalen. Koorden en/of kettingen zijn niet handig voor mensen met een visuele beperking, omdat een taststok eronderdoor gaat. Hierdoor ontstaat het risico op vallen. Een goede afscheiding kan een dranghek of een plantenbak zijn. Een minimale hoogte voor afzettingen is 125 centimeter.
- Om te zorgen dat voorbijgaand publiek 1,5 meter afstand houdt van de wachtrij, dient op straat een aanduiding van 1,5 meter afstand aangebracht te worden tussen de wachtrij en de gewenste looproute.
- Mensen die willen aansluiten wanneer de wachtrij vol is, worden vriendelijk door een winkelm-edewerker of beveiliging verzocht later terug te komen. Zo wordt voorkomen dat de wachtrij naastgelegen locaties hindert.

Winkelstraten en andere looproutes

Let op de volgende zaken bij de inrichting en het gebruik van winkelstraten en andere looproutes in een centrumgebied, dorpskern of het winkelcentrum.

- Heeft het trottoir of de straat voldoende breedte om mensen elkaar op 1,5 meter afstand te laten passeren en is wel voorzienbaar dat bezoekers elkaar op deze routes regelmatig tegenmoet lopen? Beoordeel in dat geval of eenrichtingverkeer mogelijk is. Bijvoorbeeld door het trottoir aan beide zijden van de weg ieder één richting op te maken of door bezoekers vanuit één zijde om te laten lopen via de eerstvolgende straat.

- Leiden de looproutes naar de bestaande invalidenafritten in trottoirbanden en liften? Mensen met een beperking, ouders met kinderwagens, mensen met boodschappentrolley's en ouderen die met een stok of rollator lopen hebben dit nodig.
- Eenrichtingsverkeer voor voetgangers is voor bewoners en bezoekers van het gebied tegen-natuurlijk. Zorg daarom dat u niet alleen borden plaatst, maar ook City Hosts en handhavers inzet om het naleven van deze maatregelen af te dwingen.
- Is te voorzien dat bij meerdere winkels aan een of twee zijden van de winkelstraat gedurende een aantal uren op de dag een wachtrij ontstaat? Maak dan met ondernemers een plan waarin de wachtvakken zijn ingetekend op een inrichtingstekening van de straat.
- Wanneer er geen ruimte is voor wachtvakken omdat de breedte van de straat of het trottoir zich er niet voor leent, zal de ondernemer andere maatregelen moeten nemen om wachtrijen te voorkomen.



Figuur 8: Inloepverbod met inzet City Host



Figuur 9: City Hosts in een druk winkelgebied

- In horecastraten kunnen de looproutes tussen terrassen smal worden. Ook hier moet anderhalve meter afstand worden bewaard tussen de passanten en het terras. Bepaal per situatie wat dan de beste oplossing is: de terrassen zodanig beperken dat de looproute breed genoeg blijft, of de doorgaande looproute omleiden zodat deze niet meer langs de terrassen gaat.
- Uitgangspunt van de bezoekersregulering in het centrumgebied moet zijn dat bezoekers een prettige ervaring hebben. Zij worden goed geïnformeerd, vriendelijk bejegend en geholpen wanneer zij het even niet begrijpen of zich per ongeluk niet goed houden aan de regels. Om dit te bereiken moeten design, informatie en management hierop zijn afgestemd: design door zoveel mogelijk rekening te houden met wat bezoekers zelf willen; informatie goed vindbaar, consistent en met een vriendelijke uitstraling; management door medewerkers met een prettige uitstraling, die mensen vriendelijk en professioneel te woord staan en behulpzaam zijn.
- In bijlage 1 zijn zes verschillende situaties in voetgangersgebieden met gemodelleerde illustraties uitgewerkt.

Hot spots en piekmomenten

Besteed gericht aandacht aan de hot spots en piekmomenten. Een school in de straat heeft bijvoorbeeld een tijdelijke piek in de drukte bij aankomst en vertrek. Een restaurant kan vanwege de anderhalvemeternorm met shifts per tijdsblok werken, waardoor er steeds een groep naar binnen moet en een groep naar buiten gaat. Een museum een piekdrukke hebben op een bepaald moment in de week of een tijdstip van de dag. Ook daarop moet adequaat worden ingespeeld, zodat er geen hinder ontstaat in de openbare ruimte. Een afhaalrestaurant zal waarschijnlijk rond etenstijd wachtrijen hebben en een ijssalon op dagen met mooi weer.

Bezoekers met een beperking

Deze handreiking bevat veel tips ten aanzien van design, informatie en management voor het omgaan met bezoekers met een beperking. Als u bij het plannen en uitvoeren van maatregelen in het kader van crowd management in uw centrumgebied werkt volgens het Universal Design-principe, dan kan iedereen beter gebruik maken van de anderhalvemetersamenleving.¹¹

Zeven principes van Universal Design¹¹

Universal Design is een ontwerpvisie die een integrale aanpak stimuleert in plaats van een optelsom van meerdere afzonderlijke oplossingen om integrale toegankelijkheid te bereiken. Het is dus niet de bedoeling om aparte maatregelen te nemen voor elke persoon die van het 'gemiddelde' afwijkt. Het is wel de bedoeling om bij elk ontwerp rekening te houden met de grote diversiteit aan gebruikers.

De basis van Universal Design zijn zeven ontwerpprincipes. Deze principes zijn een leidraad om binnen het ontwerp- en bouwproces van omgevingen, gebouwen, producten en informatie een grote gebruikskwaliteit voor iedereen te garanderen.

1. Bruikbaar voor iedereen
2. Flexibiliteit in het gebruik
3. Eenvoudig en intuïtief gebruik
4. Begrijpelijke informatie
5. Marge voor vergissingen
6. Beperkte inspanning
7. Geschikte afmetingen en gebruiksruidten

In sommige gevallen is het niet mogelijk om voor iedereen het gebied of delen ervan toegankelijk te krijgen voor iedereen. Geadviseerd wordt om deze onmogelijkheden duidelijk te communiceren via een website, zodat mensen met een beperking voorbereid kunnen zijn of elders een oplossing kunnen zoeken.

¹¹ Bron: inter.vlaanderen/toegankelijkheid-en-universal-design/universal-design



4. Proces gefaseerde aanpak

4.1 Projectteam

Crowd management in de anderhalvemetersamenleving voor de binnenstad, de dorpskern of het winkelcentrum vraagt om een aanpak buiten de bestaande kaders. Best vormt u daarom met eerdergenoemde stakeholders een projectteam voor de aanpak van het centrumgebied, dat wordt voorgezeten door de gemeente. In dit team zijn vanuit de gemeente waarschijnlijk de afdeling Economie, Ruimte en Openbare Orde en Veiligheid (OOV) vertegenwoordigd. De rol van de gemeente in dit team is allereerst het oppakken van acties die bij haar verantwoordelijkheid voor de openbare ruimte horen. Ten tweede voert de gemeente regie op de integrale aanpak zoals die voor het centrumgebied vorm moet gaan krijgen. U stuurt aan op duidelijke afspraken en oplevermomenten, legt vast wie welke actie gaat uitvoeren en houdt in de gaten dat alle plannen op elkaar worden afgestemd.

4.2 De 'evenementfase'

Veel gemeenten zijn in de afgelopen weken al gestart met het reguleren van de anderhalvemetersamenleving in de binnenstad, de dorpskern of het winkelcentrum. Het type maatregelen en middelen dat wordt ingezet is in korte tijd tot stand gekomen en lijkt veel op de maatregelen die we ook zien bij evenementen. Deze eerste fase kan dan ook worden aangeduid als de 'evenementfase'.

Een aantal van de maatregelen die u heeft genomen werken mogelijk prima, sommige wellicht nog niet helemaal naar behoren en andere mogelijke maatregelen zijn misschien nog niet genomen. De meeste impact is te behalen als maatregelen op een planmatige, geïntegreerde wijze worden uitgevoerd. Deze aanpak bestaat uit vier stappen: analyse, planvorming, preparatie en uitvoering. We doorlopen de vier stappen.

Stap 1: Analyse

Breng eerst goed in kaart waar de aandacht naar uit moet gaan in uw lokale context.

1. Wat zijn de kenmerken, capaciteiten en beperkingen van het gebied (waar is bijvoorbeeld eenrichtingsverkeer nodig om afstand te kunnen bewaren, waar lopen routes dood)?
2. Welke publieksstromen zijn voorzienbaar, per dag en in de tijd gezien, vanuit welke richtingen stroomt men in, waar kruisen publieksstromen, waar naartoe stroomt men uit en zijn daar punten te voorzien waar de doorstroming mogelijk stopt?

3. Welke effecten zijn voorzien vanuit winkels, bedrijven en instellingen voor de openbare ruimte (wachtrijen, toeloop op bepaalde tijden, onrustig gedrag)?

Hulpmiddelen en tips

- Organiseer een schouw van het centrumgebied met leden van het projectteam, waarbij u samen in kaart brengt waar knelpunten bestaan of zijn te verwachten. Schouw ook op drukke dagen en blijf schouwen als er een aanpak staat, om deze te evalueren.
- In het kader van de algemene toegankelijkheid en de Lokale Inclusie Agenda zijn er voor de meeste buitenruimten al maatregelen genomen voor mensen met een beperking. Denk hierbij aan invalidenafritten en liften. Bij de analyse van het gebied moet worden nagegaan welke getroffen maatregelen en voorzieningen er reeds aanwezig zijn aan de hand van plattegronden en een locatiebezoek. De vraag is of deze faciliteiten ook toereikend zijn binnen de maatregelen van de anderhalvemetersamenleving.
- Voor een analyse van een complexe infrastructuur helpt een simulatiestudie op basis van simulatiesoftware. Het gebied wordt ingevoerd in de computersimulatie, inclusief de loopstromen en andere activiteiten die er plaatsvinden. Vervolgens kan met gebruik van de simulatiesoftware worden beoordeeld wat de mogelijke effecten zijn van het doorvoeren van aanpassingen in de inrichting zoals het instellen van eenrichtingsverkeer. Het voordeel van de simulatieomgeving is dat vooral al een effectbeoordeling kan worden uitgevoerd, zodat voorkomen wordt dat dergelijke maatregelen pas na uitvoering in de praktijk kunnen worden getoetst.
- Voor het in kaart brengen van de anderhalvemetercapaciteit van gebouwen en gebieden zijn verschillende digitale toepassingen voorhanden, zoals een app.
- Bij het analyseren van het gebied wordt aangeraden om een organisatie te betrekken die kennis heeft van crowd management, mobiliteit, toegankelijkheid en kennis van de verschillende categorieën van mensen met een beperking. Eventueel kan dit nog worden aangevuld met mensen die zelf een beperking ondervinden, om zo vooraf alle zorgen en voorbehouden onder deze doelgroep weg te nemen.

Analyse

Design	Informatie	Management
• Wat is de capaciteit van straten, pleinen en doorgangen? • Waar zijn voorzienbare punten van congestie door o.a. kruisingen, wachtrijen, oversteekpunten, versmalingen? • Wat is bekend over het aanbod van bezoekers van het centrumgebied, voor en tijdens corona?	• Met welke doelstellingen komen mensen naar de stad? • Welke doelgroepen moeten we daarin onderscheiden? • Wat zijn populaire locaties? Wat zijn voor die locaties de piekmomenten? • Welke informatiekanaalen zijn beschikbaar om mensen te bereiken en welke doelgroep worden bereikt met welk kanaal?	• Is er een centrale regieruimte voor de binnenstad? • Zijn er al City Hosts actief en wat kunnen zij doen? • Wat kan Toezicht en Handhaving doen? • Welke ondersteuning kan de politie leveren?

Plan van aanpak

Zijn de knelpunten en uitdagingen in beeld, dan maakt de gemeente samen met betrokken stakeholders samen een plan van aanpak. In dit plan komen de individuele maatregelen van de verschillende stakeholders bij elkaar. Zo kan worden gezien hoe de aanpak van de ondernemers en instellingen zich tot elkaar verhoudt. Op deze wijze ontstaat meer inzicht ten aanzien van binnen de huidige aanpak nog onderbelichte aspecten.

- Ondernemers maken ieder eigen plannen, deze moeten worden getoetst op uitvoerbaarheid en mogelijke uitstraling op de openbare ruimte.
- Plan in overleg met ondernemers en instellingen de inrichting van wachtrijen en andere samenkomsten.

- Bepaal de middelen die ingezet moeten worden aan de hand van de verwachte problematiek per dag/ tijdsblok/ locatie.
- Plan de verplichte looproutes zodanig dat ze zoveel mogelijk aansluiten op wat gebruikers zelf willen; zorg voor genoeg oversteekpunten.
- Mogelijk wil de gemeente extra ruimte maken voor terrassen van de horeca. Voorkom dat de doorstroming op de looproutes hierdoor wordt beperkt.
- Maak extra ruimte vrij voor voetgangers op routes die door de anderhalvemeternorm te smal worden. Dit kan bijvoorbeeld door fietsen te weren, een weg te sluiten voor autoverkeer en door het verwijderen van straatmeubilair en/of het verbieden van uitstallingen.
- Gebruik duidelijke borden die aansporen om mee te werken en niet teveel de uitstraling hebben van een verkeersbord. Het gaat om "spelregels voor de binnenstad", waar winkelend publiek zich positief door aangesproken moet voelen en welkom blijft voelen.
- Ontwikkel een communicatiecampagne, met als doel om bewoners en bezoekers van de binnenstad betrokken te maken bij de aanpak en het succes ervan. Denk aan voldoende contrast in kleurgebruik, eenduidige kleurstelling en beeldmerken op borden en stickers door de hele binnenstad, een slogan die terugkeert, sluit inhoudelijk aan op de landelijke campagne "samen krijgen wij corona onder controle".
- Plan de inzet van voldoende en geschikt personeel om bezoekers van het centrum welkom te heten, hen uit de anonimiteit te halen, een sociale identiteit op te bouwen waarin men zich onderdeel voelt van een groep die een gezamenlijk doel heeft, namelijk "corona onder controle krijgen". Zorg voor herkenbare kleding met goede contrastkleuren, werk met mensen met de juiste communicatieve vaardigheden en zorg voor een goede briefing.
- Zorg dat de aanwijzingen om de juiste weg te vinden zowel beeldend als in spraak worden overgebracht aan het winkelend publiek. Op deze manier kunnen mensen met een zintuiglijke beperking de boodschap ook begrijpen.
- Maak samen met de politie en in overleg met de projectgroep een plan voor toezicht en handhaving in het centrumgebied. Zorg voor voldoende zichtbaarheid van handhaving op drukke dagen, door mobiele teams en statische aanwezigheid op strategische punten waar veel bezoekers hen zien. Stem ook af wat de beleids- en tolerantiegrenzen zijn waarbinnen men optreedt.
- Plan inzet van flexteams van politie en handhaving voor probleemsituaties. Zij moeten de handen vrij hebben om zich snel te kunnen verplaatsen.
- Plan de inzet van een coördinatieteam dat vanuit een centrale regieruimte de situatie monitort en bijstuurt op drukke dagen zoals zonnige weekenden, dagen in aanloop naar feestdagen of vakantieperiodes.



Figuur 10: Campagne gemeente Eindhoven

Plan van aanpak		
Design	Informatie	Management
• Op welke routes zijn gescheiden banen of is eenrichtingsverkeer nodig (zie bijlage 1)? • Waar is ruimte nodig voor wachtrijen? • Zijn bepaalde looproutes van en naar het centrum ongewenst? • Waar mogen terrassen worden geplaatst? • Op welke looproutes is meer ruimte nodig en hoe is dit te realiseren?	• Welke partners hebben zijn nodig voor de communicatie? • Welke kernboodschappen moeten in de communicatie centraal staan? • Hoe dient dit te worden vertaald naar een eenduidige uitstraling die publiek positief aanspreekt? • Welke communicatiemiddelen en -kanalen worden ingezet en welk kanaal bedient welke doelgroepen? • Is de communicatie ook afgestemd op mensen met een visuele en auditieve beperking? • Welke borden en straatmarkeringen dienen te worden aangebracht?	• Voor welke taken, locaties en op welke tijden is inzet van City Hosts nodig? • Toezicht en handhaving 'smart' inplannen op basis van prioriteiten. • Voor welke dagen is coördinatieteam nodig? • Welke informatie moet binnenkomen in de centrale commandoruimte? • Welke besluiten en opschaling kunnen al worden voorbereid? • Welke noodscenario's dienen vooraf al te worden uitgewerkt?

Preparatie

In deze stap wordt het plan vertaald naar de uitvoering. Alle mensen en middelen moeten straks op de juiste manier zijn voorbereid om effectief te worden ingezet. Houd in deze fase goed overzicht over de stand van zaken ten aanzien van de voorbereiding van personeel en middelen. De effectiviteit van het plan is immers afhankelijk van de efficiënte inzet van personeel en dus moet er een robuuste planning bestaan ten aanzien van de inzet van bijvoorbeeld groepen studenten en beveiligers. Hetzelfde geldt voor de preparatie van bijvoorbeeld de communicatiecampagne, het tijdig aanbrengen van markeringen op de weg en het voorbereiden van de inzet van extra camera's en telsystemen.

Preparatie		
Design	Informatie	Management
• Zijn (tijdelijke) aanpassingen aan de inrichting van de openbare ruimte tijdig gereed? • Is daarin goed rekening gehouden met voorzieningen voor mensen met een beperking? • Zijn de materialen noodzakelijk voor het uitvoeren van afsluitingen en omleidingen voor onmiddellijke inzet gereed?	• Zijn alle communicatie-boodschappen voorbereid? • Zijn de communicatiekanalen klaargezet/ geregeld? • Wordt eventuele extra apparatuur of bebording tijdig geplaatst? • Is er voldoende aandacht voor communicatie gericht op mensen met een visuele of auditieve beperking?	• Is de centrale regieruimte op tijd operationeel? • Hoe worden de City Hosts gebriefd? • Krijgt Toezicht en Handhaving de juiste prioriteiten mee? • Is het wenselijk om in het plan uitgewerkte (nood)scenario's vooraf goed met elkaar door te spreken? • Hoe communiceren de betrokken samenwerkingspartners in de uitvoering met elkaar?

Uitvoering evenementfase

In veel plaatsen zal de uitvoering met name zijn geconcentreerd op de drukke dagen: weekenden, feestdagen en andere bijzondere dagen waarbij extra publiek wordt voorzien. Sommige plaatsen hebben wellicht een deels permanente uitvoeringsfase voor de meest drukke gebieden. Tijdens de

uitvoeringsfase is het van belang dat u actief blijft monitoren of de ingezette maatregelen (personeel en middelen) in de praktijk goed werken. Begin hier op tijd aan. Stel bijvoorbeeld voordat het druk wordt een schouw in waarbij u de aanpassingen aan de inrichting en geplaatste borden en markeringen naloopt. Naar aanleiding van deze schouw kunnen mogelijk nog op tijd bepaalde zaken worden bijgestuurd of opgelost. Blijf echter ook monitoren als de drukte eenmaal op gang komt. Let op punten als: staan alle hekken op de goede plaats en blijven ze daar staan? Zijn de borden wel leesbaar, met een goed contrast en een duidelijk lettertype? Hoe bejegenen de City Hosts het publiek en (meer specifiek) bezoekers met een beperking? Houden de ondernemers en instellingen zich aan de regels en afspraken?

Kijk ook of de drukte en de gedragingen van bezoekers die u waarneemt overeenkomen met uw verwachtingen. Doe dit samen met de partners met wie u in de vorige fases heeft samengewerkt in de gemeentelijke projectgroep. Daarmee neemt u allen hetzelfde waar en voorkomt u achteraf discussie over het verloop van de drukte en de aanpak. Zorg dat u de burgemeester actief blijft informeren over het verloop. Er is veel media-aandacht voor de aanpak van de coronacrisis, dus de burgemeester kan op ieder moment worden gevraagd te reageren op de situatie in de binnenstad. Daarnaast heeft u de burgemeester mogelijk ook nodig als er een strategisch besluit dient te worden genomen.

Uitvoering evenementfase		
Design	Informatie	Management
• Is het design uitgevoerd zoals afgesproken? • Hoe functioneert het design in de praktijk? Houden mensen zich eraan? Is er begrip? • Is het design ook toegankelijk voor mensen met verschillende soorten beperkingen?	• Is informatie vooraf via een website te vinden? Staat hier duidelijk op vermeld wat de mogelijkheden en tijdelijke onmogelijkheden zijn? • Is deze informatie ook toegankelijk voor mensen met een beperking en voldoet deze aan de Web Content Accessibility Guidelines? • Zijn borden, pijlen, LED-schermen en markeringen op straat op de juiste plek aangebracht, goed leesbaar en duidelijk? • Welk communicatie-scenario draait op welk moment? • Zijn er aanpassingen in de communicatie nodig door afwijkende of veranderende omstandigheden?	• Is iedereen op zijn post? • Hoe treden de City Hosts op? Hoe bejegenen zij de bezoekers? • Kan ondersteuning worden geboden aan mensen met een beperking die een duwtje of een andere vorm van hulp nodig hebben vanwege de geldende maatregelen? • Kent uitvoerend personeel zijn taken? • Is handhaving actief en treedt men op volgens afspraken? • Hoe verloopt de onderlinge informatie-uitwisseling? • Functioneren alle technische middelen naar behoren?

Hoe lang de evenementfase precies zal duren is niet vooraf te zeggen. Te denken valt aan zes weken tot enkele maanden. Deze fase kan worden afgebouwd als u merkt dat de meeste bezoekers van het centrumgebied lijken te zijn gewend geraakt aan de veranderingen. Er is een bepaalde acceptatie opgetreden. Maatregelen die minder goed werkten heeft u of de ondernemer bijgesteld. De maatregelen op het gebied van design, informatie en management zijn in balans.

4.3 De borgingsfase

De inzet die u doet in de evenementfase is waarschijnlijk behoorlijk intensief. Bewoners, incidentele bezoekers en toeristen krijgen in deze periode de gelegenheid te 'wennen' aan de nieuwe situatie. Om op enig moment de ingezette maatregelen te kunnen afbouwen, dient u parallel aan de evenementfase ook al te beginnen met fase 2, die we de borgingsfase noemen. Doel van deze tweede

fase is om de aanpak te transformeren naar een meer bestendige uitvoering en gelijktijdig de benodigde resources af te schalen.

Innovatieve oplossingen

Mogelijk kan een deel van de meer kostenintensieve maatregelen worden vervangen door slimme, innovatieve oplossingen. Let daarbij altijd goed op dat het doel c.q. de aanpak van een bepaald probleem centraal staat en niet het middel. Het heeft bijvoorbeeld geen zin om data te gaan verzamelen over aantallen bezoekers in het centrumgebied als u niet weet wat u met deze data kunt doen. Bezint, eer ge begint.

Te denken valt aan bijvoorbeeld de volgende innovatieve oplossingen.

- Publiekstellingen met wifisensoren: deze geven een objectief beeld van het aantal bezoekers van het centrumgebied, en mogelijk ook van de bezoekersstromen over verschillende richtingen. Daarmee zijn patronen en trends waar te nemen, zodat u kunt bijsturen in de maatregelen.
- Cameraobservatie op drukke plaatsen: bedoeld om direct in te kunnen grijpen als het ergens te druk wordt. Er zijn verschillende 'slimme' oplossingen op de markt zoals *heat mapping* van drukke gebieden op het beeld en software die drukte, doorstroming, onderlinge afstanden en zelfs de stemming in een crowd meet.
- Structureel gebruik van digitale informatiepanelen. Wanneer het drukker wordt of er een acuut probleem optreedt, kan een LED-scherm bezoekers van het centrum een andere boodschap geven. In fase 1 zet u mogelijk al tijdelijke, gehuurde LED-schermen neer. Een fase 2-oplossing kan zijn dat op bepaalde plekken in het centrumgebied LED-panelen als informatiezuil worden geïntegreerd in het straatmeubilair. Let op dat deze boven de menigte uit moeten komen om ook op drukke momenten nuttig te zijn.
- Aanbieden van een shop- en leisure-app voor het centrumgebied waarin drukte-informatie wordt gecombineerd met interessante informatie en acties. De app kan een overzicht geven van drukke momenten, adviezen geven over het plannen van je bezoek en mensen met acties triggeren om op de rustigere momenten te komen.

Commitment

Ook in deze tweede fase is het van belang om aandacht te blijven houden voor commitment van de partners. Mogelijk kan de projectgroep op enig moment worden opgeheven, maar blijf met vertegenwoordigers van ondernemers en instellingen monitoren hoe het gaat in het centrum. Houd een centraal aanspreekpunt binnen de gemeente voor alle stakeholders aangaande het crowd management in het centrumgebied.

Naleefgedrag

Houd ook aandacht voor het naleefgedrag van bezoekers van het centrumgebied. Het kan zijn dat leuke borden en teksten op den duur hun kracht verliezen. Of dat door verschuiving in de prioriteiten van toezicht en handhaving naar andere thema's, weer meer overtredingen van de anderhalvemeternorm worden waargenomen. Misschien is het dan tijd voor een nieuwe campagne. Mogelijk moeten bepaalde inrichtingsmaatregelen alsnog wijzigen. Of moet u er weer even wat strakker op zitten om overtreders bij de les te houden.

4.4 Na de anderhalvemeternorm

Hoe lang ons land nog te maken heeft met de anderhalvemeternorm is momenteel onbekend. Wanneer het moment is gekomen dat deze afstand houden niet langer nodig is, moet de hele samenleving weer terug naar hoe deze voorheen was ingericht. Mogelijk blijven er bepaalde veranderingen in stand, maar de kans is ook groot dat mensen snel weer terugvallen in hun natuurlijke gedragspatroon. Dit luidt weer een nieuwe fase in, waarin "oude" aandachtspunten zoals drukte in cafés, geluidsoverlast op straat en tekorten aan politie en beveiligers weer kunnen gaan opspelen. Bereid u ook daar op voor, en probeer dan te blijven profiteren van de hechte samenwerking die u met de partners in het centrumgebied heeft opgebouwd vanwege de coronatijd.

Bijlage 1: overzicht van maatregelen per type looproute

Type looproute	Design	Informatie	Management	Illustratie
A	Geregeld tegemoet lopend publiek niet voor-zien-baar - Geen minimale eis aan de straat- of trottoirbreedte - Tweerichtings-ver-keer toegestaan	Borden "Afstand houden"	Geregeld monitoren drukte, gedrag, objecten door gemeentelijke handhavers	
B	Geregeld tegemoet lopend publiek niet voor-zien-baar, wel wachtrij aan één zijde - Minimale straat-breedte 3m (anders is afstand tussen voorbijgangers en wachtrij te gering) - Winkelier richt wachtrij in langs de gevel (60-90 cm breed)	- Borden "Afstand houden" - Markering op straat met 1,5 meter tot de wachtrij	- Winkelmedewerker monitort drukte en stuurt evt mensen weg - Controle op wachtrij-manage-ment door gemeentelijke handhavers	
C	Niet geregeld tegemoet lopend, wel wachtrijen aan twee zijdes - Minimale straat-breedte 4,75m (anders is afstand tussen voorbijgan-gers en wachtrijen te gering) - Winkeliers richten wachtrijen in langs de gevel (60-90 cm breed)	- Borden "Afstand houden" - Markeringen op straat met 1,5 meter tot de wachtrij	- Winkelmedewerker monitort drukte en stuurt evt mensen weg - Controle op wachtrijmanage-ment door gemeentelijke handhavers	

D	Wel voorzienbaar tegemoet lopend publiek, geen wachtrijen voorzien	- Minimale straatbreedte 3,20m - Of eenrichtingsverkeer op trottoirs aan beide zijden van de weg	- Borden "Afstand houden" - Gele middellijn met oversteekpunten aanbrengen indien de straat minimaal 7 meter breed is (ruimte voor passeren in twee loopstroken)	- City Hosts wijzen wandelend publiek op de afstandsnorm en de wegscheiding (rechts houden) - City Hosts spreken mensen die zich niet aan de regels houden eerst aan, daarna evt optreden gemeentelijke handhavers	
E	Wel voorzienbaar tegemoet lopend, wachtrij aan één zijde	- Minimale breedte voetgangerszone incl. wachtrij 5m - Of eenrichtingsverkeer op trottoirs aan beide zijden van de weg – zijde met wachtrij dan minimaal 2,80m breed - Indien smaller dan 5 meter: keuze voor wachtrij met eenrichtingsverkeer of tegengaan wachtrij	- Borden "afstand houden" - Wachtrij markeren - Afstand 1,5 meter vanaf wachtrij op straat markeren - Gele pijlen op straat markeren gewenste loopzones - Gele middellijn met oversteekpunten indien de straat minimaal 9 meter breed is (ruimte voor passeren in de loopstroken)	- Winkelmedewerker monitort drukte en stuurt evt mensen weg - City Hosts wijzen wandelend publiek op de afstandsnorm en de wegscheiding (rechts houden) - City Hosts spreken mensen die zich niet aan de regels houden eerst aan, daarna evt optreden gemeentelijke handhavers	
F	Wel voorzienbaar tegemoet lopend, wachtrijen aan twee zijdes	- Minimale straatbreedte 7m - Of eenrichtingsverkeer op trottoirs aan beide zijden van de weg – trottoirs dan minimaal 2,80m breed	- Borden "afstand houden" - Wachtrij markeren - Afstand 1,5 meter vanaf wachtrij op straat markeren - Gele pijlen op straat markeren gewenste loopzones - Gele middellijn met oversteekpunten indien de straat min. 11 meter breed is (ruimte voor passeren in de loopstroken)	- Winkelmedewerker monitort drukte en stuurt evt mensen weg - City Hosts wijzen wandelend publiek op de afstandsnorm en de wegscheiding (rechts houden) - City Hosts spreken mensen die zich niet aan de regels houden eerst aan, daarna evt optreden gemeentelijke handhavers	

Bijlage 2:

aandachtspunten voor bezoekers met een beperking

Samenvatting toegankelijkheid voor mensen met een beperking		
Design	Informatie	Management
• Zijn routes minimaal 90 centimeter breed en hebben deze geen drempels hoger dan 2 centimeter? • Sluiten looproutes aan op de bestaande faciliteiten voor mensen met een beperking zoals liften en invalidenafritten? • Wordt er ook gecommuniceerd met gesproken tekst, geschreven mededelingen en symbolen? • Nemen tijdelijke stickers met routeaanwijzingen e.d. de slipvrije ondergrond niet weg? • Is bestaand straatmeubilair zoals bankjes nog bruikbaar om even uit te rusten? • Zijn afzettingen bij wachtrijen e.d. waar te nemen voor mensen met een visuele beperking? • Zijn de bestaande blindengeleidenlijnen niet geblokkeerd met obstakels of stickers? • Zijn er in het winkelgebied rolstoeltoegankelijke toiletten voor mensen met een beperking beschikbaar? Is er hier een eventuele samenwerking met horeca of openbare gebouwen? • Zijn plexiglas afscheidingen gemarkeerd met contrasterend tape en/of stickers zodat deze beter zichtbaar zijn voor mensen met een visuele beperking?	• Is de communicatie over de toegankelijkheid van het gebied over de mogelijkheden en tijdelijke onmogelijkheden op een website vindbaar die aan Web Content Accessibility Guidelines voldoet? • Weten City Hosts dat mensen met een visuele beperking mondelinge aanwijzingen over de juiste route nodig hebben? • Is alle bewegwijzering voorzien van een goed contrast en heeft dit een duidelijk leesbaar lettertype en goede lettergrootte? • Is er bewustheid bij medewerkers dat plexiglas het geluidsniveau dempt?	• Weten medewerkers dat zij ook op maat oplossingen vanuit gastvrijheid en service kunnen bieden? • Zijn City Hosts gebrieft over de juiste manier van bejegenen naar mensen met een beperking? • Weten City Hosts en medewerkers dat mensen met een beperking vaak ondersteund worden door een mantelzorger die soms binnen de 1,5 meter loopt? • Sommige mensen met een beperking kunnen door hun beperking niet betalen met de pin. Voor hen moet de mogelijkheid blijven om contant te betalen.

Bijlage 3:

nadere verdieping

- Centrale Vereniging voor Ambulante Handel, 1,5 meter Protocol, 23 april 2020
- College van Rijksadviseurs, Tijdelijke Coronamaatregelen in de openbare ruimte, 20 mei 2020
- De Retailagenda, Handreiking verantwoord bezoek winkelgebieden, 15 mei 2020
- De Retailagenda, bijlage bij de Handreiking verantwoord bezoek winkelgebieden, suggesties & inspiratie, 15 mei 2020
- Dijkshoorn, M., Maak je event toegankelijk voor iedereen, Bigbusinesspublishers, augustus 2018
- Event Safety Institute, website met relevante artikelen zoals blogs en nieuws (www.eventsafety-institute.nl)
- Ieder(In), Aanbevelingen voor een toegankelijke anderhalvemetersamenleving, 22 mei 2020 (onttrokken van www.iederin.nl)
- Koninklijke Horeca Nederland, Protocol Heropening Horeca, 22 mei 2020
- Oogvereniging, Visio, Bartiméus en Robert Coppes Stichting, Handreiking 'Een toegankelijke anderhalvemetersamenleving', 7 mei 2020
- Stil, G.K., Introduction to Crowd Science, Taylor & Francis inc, juni 2014
- VNG, Stadswerk en CROW, themawebsite www.maaksamenruimte.nl

