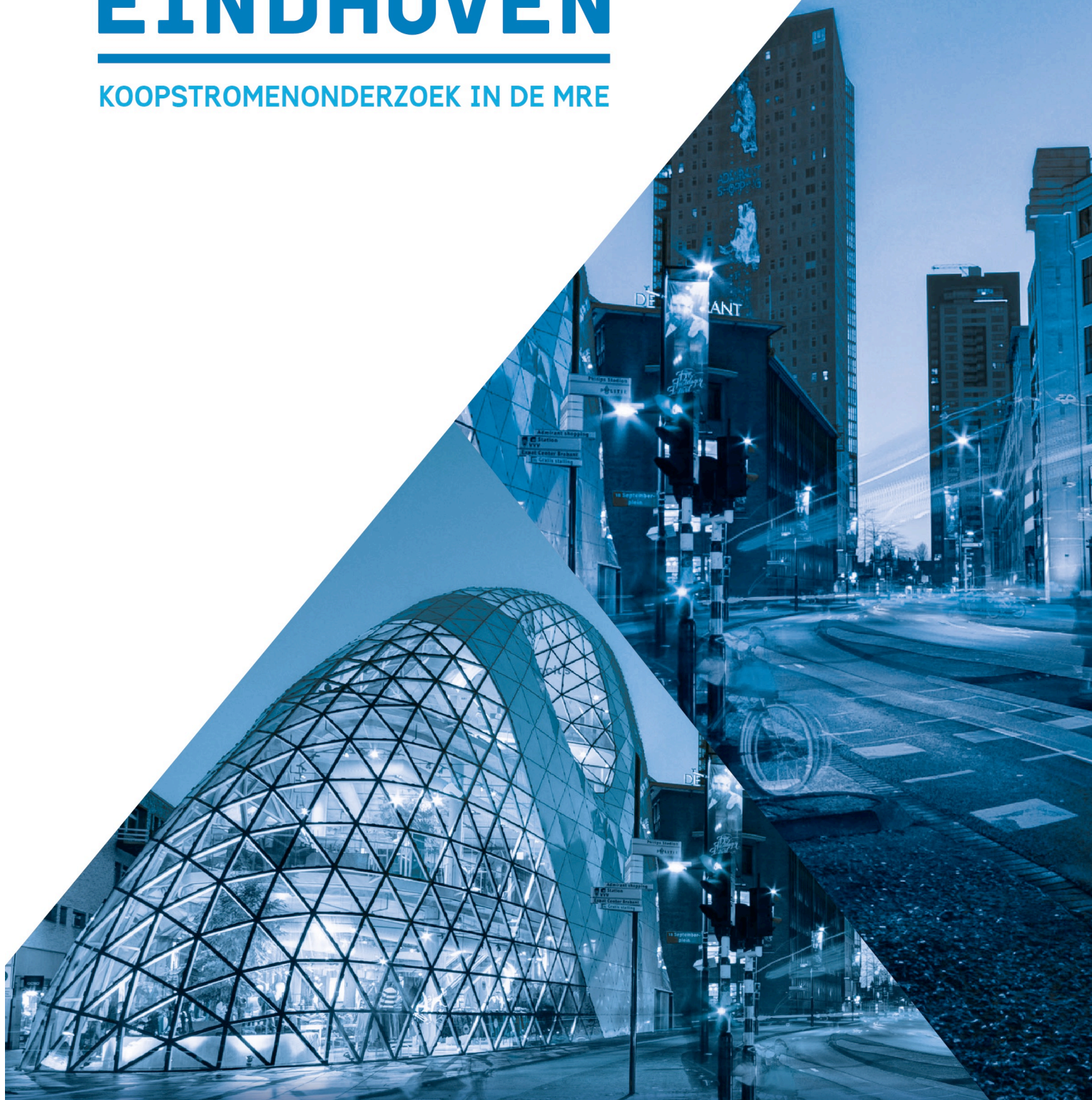


METROPOOL REGIO EINDHOVEN

KOOPSTROMENONDERZOEK IN DE MRE



GEMEENTE EINDHOVEN

Inhoudsopgave

| | |
|--|----|
| Inhoudsopgave | 2 |
| Totstandkoming en aanpak | 3 |
| 1. Inleiding | 4 |
| 2. Kernregio MRE | 7 |
| 3. Winkels en vrijetijdsvoorzieningen in Eindhoven | 10 |
| 4. Detailhandelsstructuur en leegstand..... | 12 |
| 5. Prestaties detailhandel | 15 |
| 6. Koopstromen | 17 |
| 7. Vrijetijdssector..... | 30 |
| 8. Samenvatting..... | 32 |
| Bijlage I: Bronnen en definities..... | 35 |
| Colofon | 37 |

Totstandkoming en aanpak

De wereld is veranderd. Dat vraagt een andere aanpak, een andere organisatie. De provincie Noord Brabant heeft de ambitie om de regio te versterken. Zij initieert en steunt projecten die hieraan bijdragen. Het project koopstromen is daar één van.

“Geef me een reden je te bezoeken”

Beoogd effect: Sterke centrumgebieden en winkelcentra die grip hebben op hun toekomstig bestaan en die zo georganiseerd zijn dat ze (gezamenlijk) beter aansluiten bij de klanten van morgen (relevante bestemming), meer en nieuwe klanten trekken (traffic), hogere bestedingen afdingen (conversie) en loyalere klanten weten te creëren (binding).

Koopstromenonderzoek

Keuzes op basis van kennis vraagt kennis. Koopstromen kunnen helpen bij inzicht in hoe de gemeenten zich tot elkaar verhouden en welke gebieden en sectoren krachtig of juist zwak zijn. Om het gebieden te (blijven) laten floreren is het van belang dat de individuele gemeenten weten wat hun positie is ten opzichte van omliggende gemeenten. Dan is focus mogelijk en zijn keuzes te maken voor korte en lange termijn. Vervolgens moet dit tot een gezamenlijke koers leiden die lokaal wordt uitgezet. Zie het figuur hiernaast voor de aanpak en het stappenplan.

Voor wie?

De 22 gemeenten binnen de Metropoolregio Eindhoven samen met ondernemersverenigingen en/of centrummanagement, vastgoedpartijen en andere betrokkenen.

Door wie?

Het onderzoek wordt u aangeboden door de provincie Noord Brabant, de Rabobank en Platform De Nieuwe Winkelstraat. Uitgevoerd door Ik Ondernem! B.V. , de Rabobank en AnalyZus.



Provincie Noord-Brabant

platform
de nieuwe winkelstraat



Rabobank

IK ONDERNEEM!

AnalyZus

1. Inleiding

Er is voor de regio MRE een koopstromen onderzoek uitgevoerd. Ook in uw gemeente, op basis van uw input. Het doel van dit onderzoek is inzicht krijgen in hoe de gemeenten in de regio zich tot elkaar verhouden en welke gebieden en sectoren krachtig of juist zwak zijn. Met dit inzicht kunt u bepalen welke acties nodig zijn om een krachtig winkelgebied te behouden. Dus:

- Focus op identiteit ten opzichte van omliggende winkelgebieden
- Binden van uw eigen inwoner in dagelijkse- of niet dagelijkse boodschappen
- Inzicht in (regionale) detailhandelsomzet
- Inzicht in vloerproductiviteit
- Inzicht in het winkelgebied in relatie tot vrijetijdssector (Horeca en dagrecreatie)

De koopstromen geven inzicht maar nu bent u aan zet. Wat zijn de keuzes voor de toekomst? Waar liggen kansen en hoe zorg je dat die tot rendement leiden? De vertaling naar focus en actie is nodig om een sterke concurrentiepositie te hebben/houden (denk aan identiteit, relevant zijn voor de klant, klantenbinding etc.). Per gemeente en winkelgebied dient u deze vertaalslag te maken. Dit moet passen in de regio via de regionale afstemming van de MRE. In dit rapport krijgt u inzicht in de uitdagingen voor uw gemeente.

Uw vraag

Voorafgaand aan het onderzoek hebben wij u gevraagd een vragenlijst in te vullen met de specifieke uitdagingen voor uw winkelgebied(en) en de postcodes die wij moesten onderzoeken.

Postcodegebied(en):

| PC4 | naam winkelgebied | WINKELGEBIED |
|------|--|--------------------------------|
| 5611 | Centrum (incl. De Bergen) | Centrum Eindhoven |
| 5611 | Geldropseweg | Geldropseweg |
| 5612 | Boschdijk (binnen de Ring) | Gemmastraat |
| 5612 | Kruisstraat - Woenselse Markt - Winkelhart Oud Woensel | Woenselse Markt |
| 5613 | Winkelcentrum Haagdijk | Insulindelaan-Tongelresestraat |
| 5613 | Aan de Kade | Kanaaldijk |
| 5614 | Aalsterweg / Leenderweg | Aalsterweg-Leenderweg |
| 5615 | Aalsterweg / Leenderweg | Aalsterweg-Leenderweg |
| 5615 | n.v.t. | Gestelsestraat |
| 5615 | Hoogstraat | Hoogstraat Eindhoven |
| 5615 | Hoogstraat | Hoogstraat-Boutsenlaan |
| 5616 | Trudoplein Strijp | St Trudoplein |
| 5617 | Strijp S (het Veem, Urban Shopper) | Strijp S |
| 5621 | Woensel West Side Stores | Woensel West Side Stores |
| 5622 | Mensfort | Mensfort |
| 5625 | Winkelcentrum WoensXL | Eindhoven Woensel |

| | | |
|------|------------------------------|------------------------|
| PC4 | naam winkelgebied | WINKELGEBIED |
| 5627 | Ardechelaan | Achtse Barrier |
| 5627 | Biarritzplein | Biarritzplein |
| 5628 | Belgieplein | De Tempel |
| 5628 | Nederlandplein | Woenselse Heide |
| 5629 | Winkelcentrum Blixembosch | Blixembosch |
| 5631 | Winkelcentrum Cassandraplein | Cassandraplein |
| 5632 | Winkelcentrum Eckart | Eckart |
| 5632 | Winkelcentrum Vaartbroek | Vaartbroek |
| 5643 | Boulevard Zuid | Heezerweg |
| 5643 | n.v.t. | St Petrus Canisiuslaan |
| 5644 | Roostenlaan Winkelstraat | Roostenlaan |
| 5645 | Canisiuslaan | St Petrus Canisiuslaan |
| 5652 | n.v.t. | Bredalaan |
| 5652 | Koopcentrum De Hurk | De Hurk |
| 5653 | Winkelcentrum Kastelenplein | Kastelenplein |
| 5654 | Franz Leharplein | Franz Leharplein |
| 5657 | n.v.t. | Eindhoven Airport |
| 5658 | WC Meerrijk | Meerhoven |

Wat is de lange termijn uitdaging? Wat is de korte termijn uitdaging?

| WINKELGEBIED | lange termijn | korte termijn |
|--------------------------------|-----------------------|-----------------|
| Centrum Eindhoven | | |
| Geldropseweg | | herinrichting |
| Gemmastraat | | |
| Woenselse Markt | | |
| Insulindelaan-Tongelresestraat | herpositionering Aldi | |
| Kanaaldijk | | |
| Aalsterweg-Leenderweg | | |
| Aalsterweg-Leenderweg | | |
| Gestelsestraat | n.v.t. | |
| Hoogstraat Eindhoven | | |
| Hoogstraat-Boutsenlaan | | |
| St Trudoplein | | |
| Strijp S | | |
| Woensel West Side Stores | | |
| Mensfort | | |
| Eindhoven Woensel | | |
| Achtse Barrier | | herontwikkeling |
| Biarritzplein | | |
| De Tempel | | |
| Woenselse Heide | | |
| Blixembosch | | |
| Cassandraplein | | |
| Eckart | | |

| WINKELGEBIED | lange termijn | korte termijn |
|------------------------|------------------------------|---------------|
| Vaartbroek | | |
| Heezerweg | | |
| St Petrus Canisiuslaan | n.v.t. | |
| Roostenlaan | | |
| St Petrus Canisiuslaan | | |
| Bredalaan | n.v.t. | |
| De Hurk | | |
| Kastelenplein | Herontwikkeling saunacomplex | |
| Franz Leharplein | | |
| Eindhoven Airport | n.v.t. | n.v.t. |
| Meerhoven | | |

Welk inzicht heeft u nodig om keuzes voor een volgende stap te kunnen maken?

- Hoe moeten wij ons positioneren ten opzichte van Nuenen, Son en Breugel, Waalre, Oirschot, Helmond en Geldrop-Mierlo?
- Waar komt de toevloeiing (en naar welke branches) vandaan?

Dit onderzoek i.r.t. uitdagingen

Let op; De gebieden met voldoende gegevens zijn opgenomen in dit rapport.

U heeft samen met lokale stakeholders uw uitdagingen benoemd, niet alle uitdagingen kunnen middels koopstromen worden opgepakt. Uw uitdagingen vragen om actie en keuzes, inzicht kunnen helpen bij de argumentatie van de keuzes, of het volgen van het effect van keuzes.

Het koopstromenonderzoek geeft geen oplossing voor al uw uitdagingen deze dient u lokaal in samenwerking met lokale stakeholders aan te pakken. Het geeft slechts inzicht in hoe de zaken er voor staan. Op termijn geeft het inzicht in de ontwikkeling en kunt u zien of uw acties en keuzes ook positief effect heeft. Met dit rapport en uw beschreven uitdagingen samen kunt u uw strategie op de toekomst bepalen.

2. Kernregio MRE

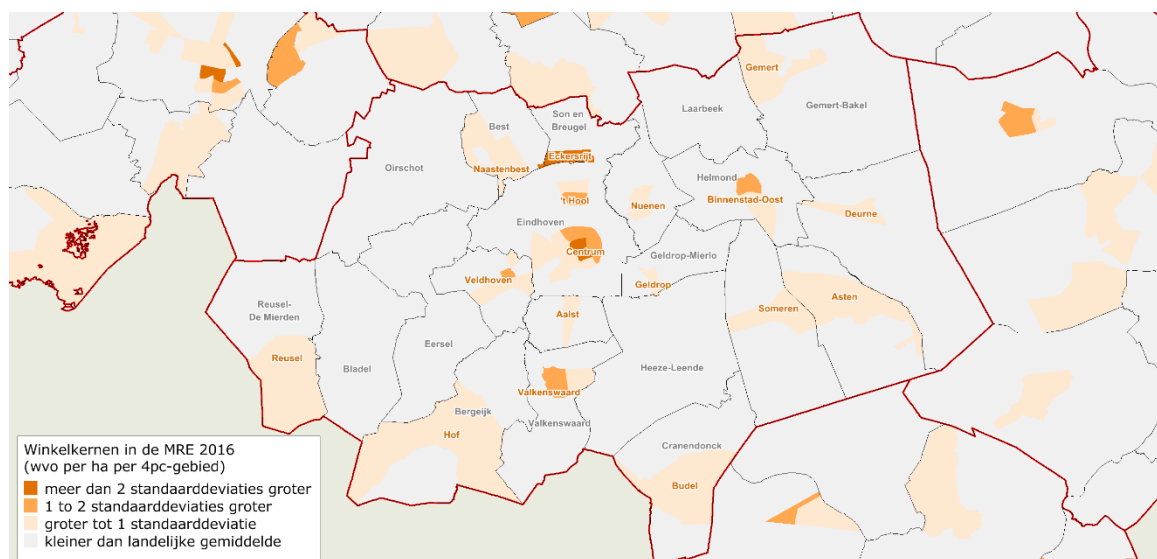
Kernregio MRE

De Metropoolregio Eindhoven (MRE) behoort met 750.000 inwoners, 400.000 banen, een productiewaarde van €30 miljard en een regionaal besteedbaar inkomen van €11,5 miljard tot de economische kern van het land. Doordat de economie en de bevolkingsomvang hier harder groeien dan landelijk, groeit de afzetmarkt in MRE bovendien harder dan gemiddeld.

Voorzieningen volgen bevolking

MRE telt 4.300 winkels en 2.200 horecagelegenheden (2016). In elke gemeente en in vrijwel elke kern in de regio zijn dan ook wel winkels, horecagelegenheden of andere vrije tijdsvoorzieningen te vinden. De spreiding van winkels en horeca over de regio hangt zeer sterk samen met het aantal inwoners. Hoe groter de kern, des te groter het winkelbestand. De MRE vertoont dan ook een duidelijke structuur van winkelkernen. Eindhoven staat daarin aan het hoofd en wordt op afstand gevolgd door Helmond en Veldhoven en Valkenswaard (figuur 1).

Figuur 1. Winkelkernen MRE 2014



Bron: Locatus.

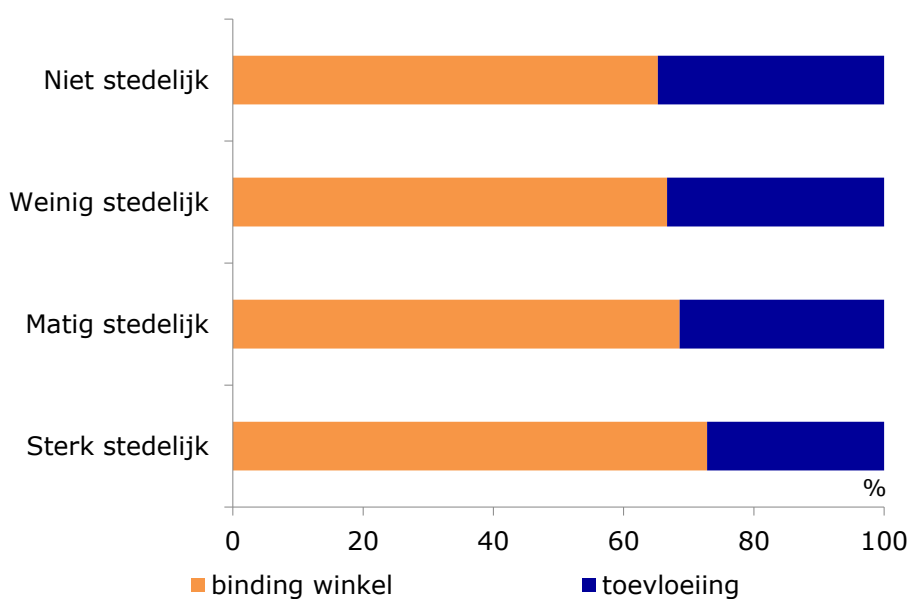
Lokale binding cruciaal

De samenhang tussen het aantal inwoners en het aantal winkels in een kern wijst erop dat consumenten en winkels in een kern sterk met elkaar zijn verbonden. Met andere woorden, de lokale binding van consumenten én detailhandel is sterk. In de MRE is gemiddeld 65 procent van de winkelomzet afkomstig uit de gemeente waar de winkel is gevestigd. Inwoners van de MRE besteden gemiddeld 69 procent van hun budget in de lokale detailhandel. Voor de horeca zijn deze cijfers nauwelijks anders. De lokale consument is dus van cruciaal belang voor een winkel of horecagelegenheid.

Forse koopkrachttoevloeiing en –afvloeiing in kleine gemeenten

Ondanks deze sterke ‘lokale omzet- en koopkrachtbinding’ is 35 % van de winkel- en horecaomzet in MRE afkomstig van buiten de gemeente waar de onderneming is gevestigd. Inwoners van MRE besteden meer dan 30 % van hun inkomen buiten hun woongemeente. Elke gemeente heeft met dergelijke ‘koopkrachtafvloeiing en -toevloeiing’ te maken, maar in kleine gemeenten zijn deze doorgaans sterker dan in grotere gemeenten. Inwoners van grote gemeenten doen een groter deel van hun winkelbestedingen in hun woonplaats dan inwoners van kleinere gemeenten. In grotere kernen zijn niet alleen meer winkels, maar is het winkelaanbod ook meer gevarieerd. Door de omvang van de lokale afzetmarkt zijn in grote kernen winkels en horecagelegenheden minder van ‘klanten van buiten’ afhankelijk dan in kleine kernen (figuur 2).

Figuur 2. Koopkrachtbinding en -toevloeiing detailhandel MRE 2014

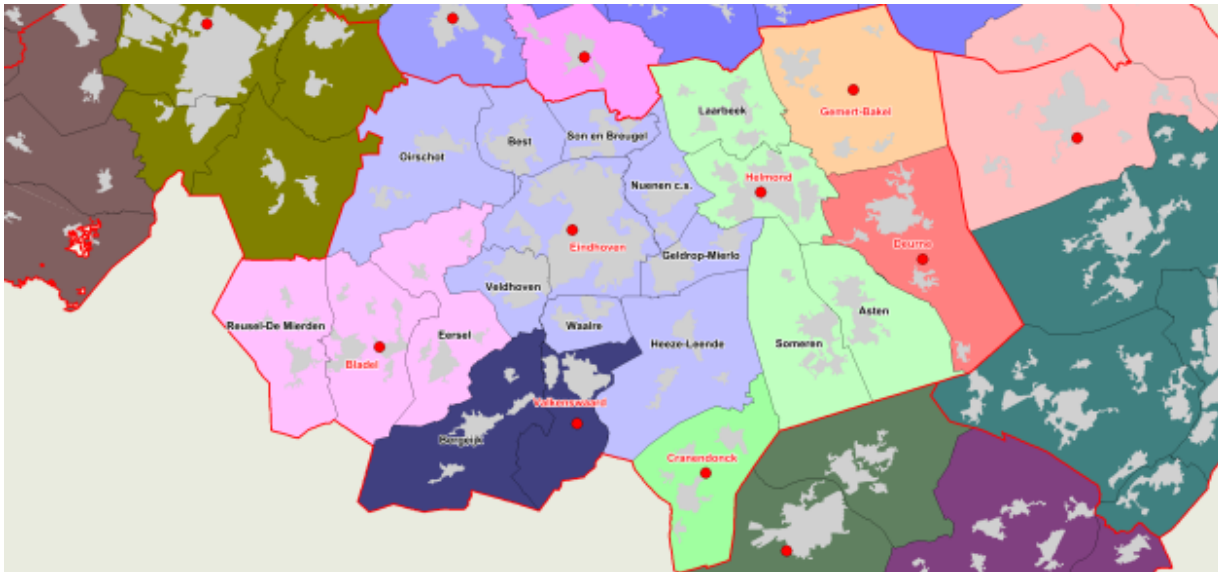


Bron: Rabobank.

Winkelregio's in MRE

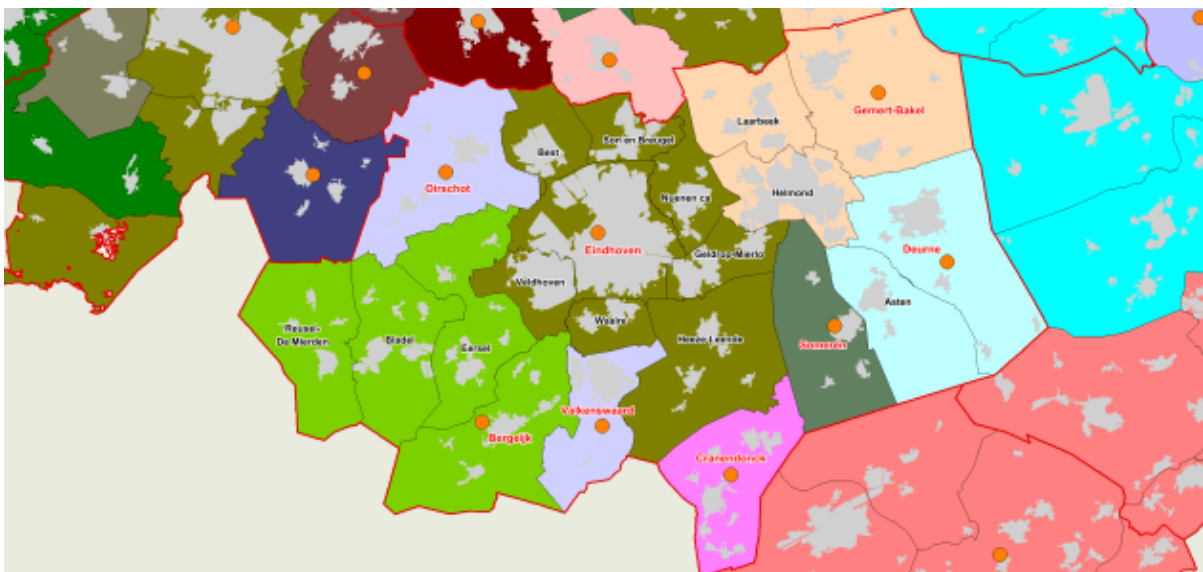
Als zij niet de winkels en horecagelegenheden in hun woonplaats bezoeken, richten consumenten zich doorgaans op een nabijgelegen kern die beschikt over een interessant winkelaanbod en aantrekkelijk verblijfsklimaat. Met andere woorden, de koopkrachtafvloeiing concentreert zich sterk op één of enkele kernen. Zo'n kern die de afvloeiing uit gemeenten in haar omgeving aantrekt, is de spil van een 'winkelregio' of 'vrije tijdsregio'. In de MRE vervullen Eindhoven, Helmond, Bladel en Valkenswaard zo'n rol op winkelgebied (figuur 3). Op het gebied van vrije tijdsbesteding zijn – naast Eindhoven– Bergeijk, Deurne, Oirschot, Someren en Valkenswaard uitgaanscentra (figuur 4). Net als de winkel- en uitgaanskernen vervullen ook deze winkel- en uitgaansregio's een duidelijke structuur. Eindhoven gaat met afstand aan kop. De andere winkel- en vrije tijdsregio's zijn veel kleiner.

Figuur 3. Winkelregio's MRE



Bron: Rabobank.

Figuur 4. Vrijtijdsregio's MRE



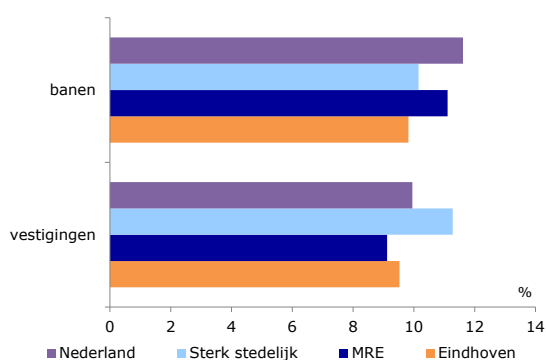
Bron: Rabobank.

Let op: Hoewel in figuur 3 het beeld versnipperd lijkt, is Eindhoven voor 'winkelen' praktisch voor alle gemeenten in de MRE een focus gemeente (op Gemert, Reusel en Cranendonck na). Dat wil zeggen dat wanneer men niet in de eigen gemeente besteedt, ze dit in Eindhoven doen. Wordt de 'norm' wat losser gehanteerd, dan verschijnt figuur 3 en bovenstaande toelichting. Voor de vrijetijdsbestedingen is Eindhoven een sterke gemeente. Dit is erg doelgroep afhankelijk, meer dan voor 'winkelen'.

3. Winkels en vrijetijdsvoorzieningen in Eindhoven

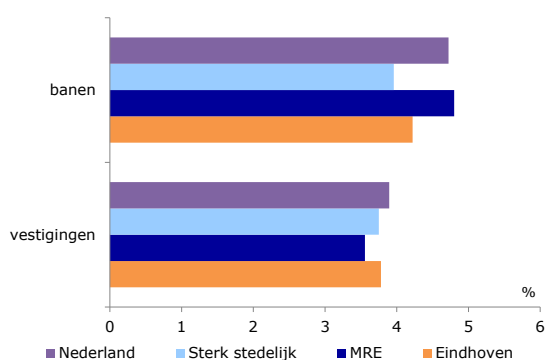
Eindhoven heeft bijna 230.000 inwoners, bijna 20.000 bedrijven en instellingen en ruim 150.000 banen. Daarmee is de stad hét centrum van werkgelegenheid voor MRE. De detailhandel in Eindhoven is met 1.900 winkels goed voor ruim 15.000 banen, de 750 horecagelegenheden voor ruim 6.000 banen. In vergelijking met het aandeel dat detailhandel en horeca in MRE, sterk stedelijke gemeenten en Nederland in het aantal vestigingen en de werkgelegenheid hebben, is in beide sectoren zowel het aantal bedrijven als de werkgelegenheid klein (figuren 5 en 6). Verzorgende activiteiten maken een relatief klein deel uit van de economie van werkgelegenheidspool Eindhoven. Winkels en horecavestigingen zijn hier bovendien relatief klein.

Figuur 5. Aandeel detailhandel, 2015



Bron: LISA.

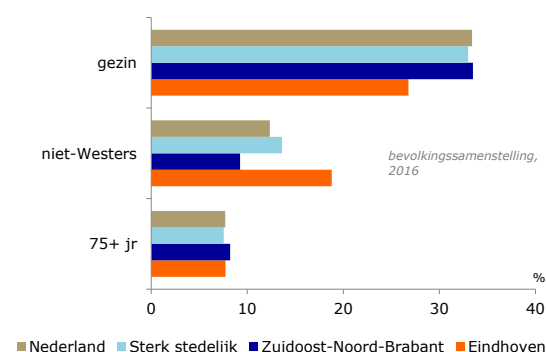
Figuur 6. Aandeel horeca, 2015



Bron: LISA.

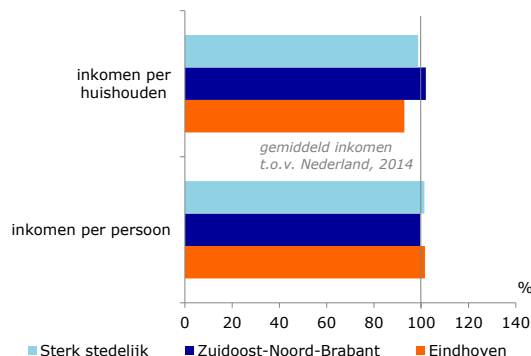
Het aandeel van gezinnen in de huishoudens is in Eindhoven klein in vergelijking met het gemiddelde voor de stedelijke gemeenten. Het aandeel van ouderen in de bevolking is echter fors (figuur 7). Het gemiddelde persoonlijk inkomen in Eindhoven is relatief hoog, maar mede door de studentenpopulatie is het gemiddeld inkomen per huishouden laag (figuur 8).

Figuur 7. Bevolkingssamenstelling, 2016



Bron: CBS.

Figuur 8. Besteedbaar inkomen, 2014



Bron: CBS.

Let op: Eindhoven kent relatief veel eenpersoonshuishoudens met een relatief hoog inkomen per hoofd. Niet alleen ten opzichte van de omliggende gemeenten, ook ten opzichte van de benchmark. Dit heeft gevolgen voor de behoefte in voorzieningen. Wanneer er toch sprake van gezinsvorming is, trekt men naar omliggende plaatsen, dit zien we in de andere rapportages terug. Dit biedt kansen voor alternatief aanbod in Eindhoven, startups en vernieuwing. De klantenbinding zal voor dit aanbod wel laag zijn, wat een lange termijn invulling spannend maakt, zeker voor startups. Een goede combinatie van aanbod (voor verschillende doelgroepen) met omliggende plaatsen helpt in een totaal voorzieningen niveau.

Sterkste bevolkingsgroei in en rond Eindhoven

De bevolkingsomvang van Eindhoven –en daarmee de omvang van de lokale afzetmarkt– zal de komende jaren fors blijven toenemen. De stad neemt vrijwel de gehele bevolkingsgroei in MRE voor haar rekening en dat zal naar verwachting in de komende jaren zo blijven. In de rest van MRE komt de bevolkingsgroei per saldo niet boven het landelijke gemiddelde uit. Eindhoven is in trek bij jongvolwassenen, maar ziet wel gezinnen en ouderen vertrekken naar de voorsteden. Eindhoven vertoont daardoor een typisch grootstedelijke bevolkingssamenstelling met een relatief jonge, maar weinig welvarende bevolking. De meeste andere gemeenten in de regio zijn welvarend, maar vergrijzen sterk en zien hun bevolkingsontwikkeling stagneren. Op het moment dat de huidige grote generatie jongvolwassenen over enkele jaren aan gezinsvorming begint, komen de gemeenten rond Eindhoven waarschijnlijk weer in trek. Gezinnen vestigen zich immers graag in het groen. Doordat de komende generaties jongvolwassenen wat kleiner zullen zijn, zal de trek naar de stad wat minder worden en zal de groei van Eindhoven op den duur gaan afvlakken.

4. Detailhandelsstructuur en leegstand

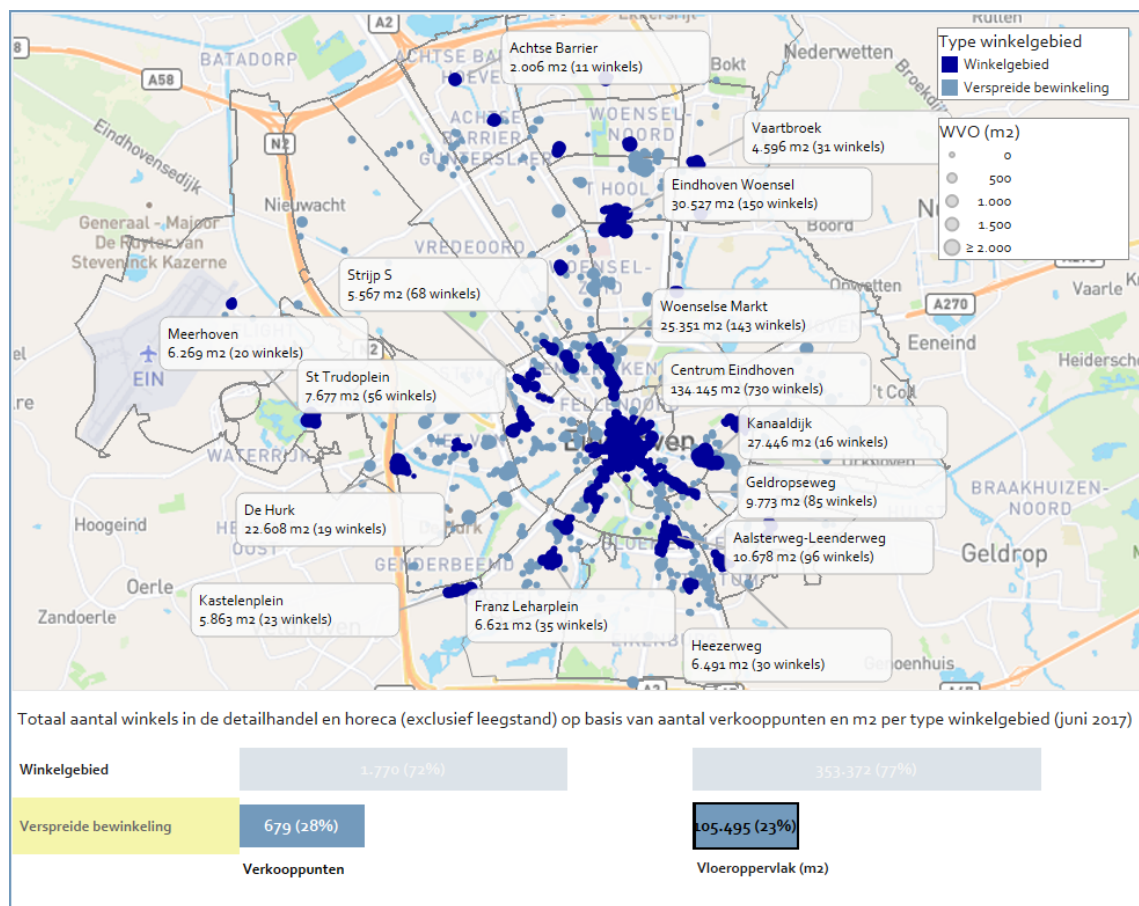
Spreiding winkelaanbod

De winkelmarkt in de gemeente Eindhoven heeft een winkelvloeroppervlak (WVO) van circa 458.900 m² verdeeld over 2449 verkooppunten. Ongeveer 28% van de verkooppunten valt onder de categorie *verspreide bewinkeling*. Dit betreft winkels die solitair of in kleine concentraties liggen.

Met 72% ligt het grootste deel van de verkooppunten in een *winkelgebied*. Het centrum van Eindhoven is met afstand het grootste en bestaat uit 730 verkooppunten, ofwel bijna 30% van het totaal in de gemeente. Ten noorden van het centrum ligt het winkelgebied Woenselsemarkt van 143 verkooppunten, dat te boek staat als een binnenstedelijke winkelstraat. Het stadsdeelcentrum Woensel (WoensXL) is een ander groot winkelgebied en telt 150 verkooppunten. Woenselsemarkt en WoensXL zijn samen goed voor circa 12% van de totale winkelmarkt.

Daarnaast heeft Eindhoven verschillende buurt- en wijkwinkelcentra zoals Vaartbroek, Sint Trudoplein, Meerhoven en Aalsterweg-Leenderweg voorbeelden. Gezamenlijk vormen deze ondersteunende winkelgebieden 28% van alle verkooppunten in de gemeente. Daarnaast heeft Eindhoven twee winkelgebieden met grootschalige detailhandel: De Hurk en Kanaaldijk. Een speciaal winkelgebied met luchthaven gebonden verkooppunten is Eindhoven Airport (figuur 9).

Figuur 9: Winkelmarktstructuur gemeente Eindhoven 2017



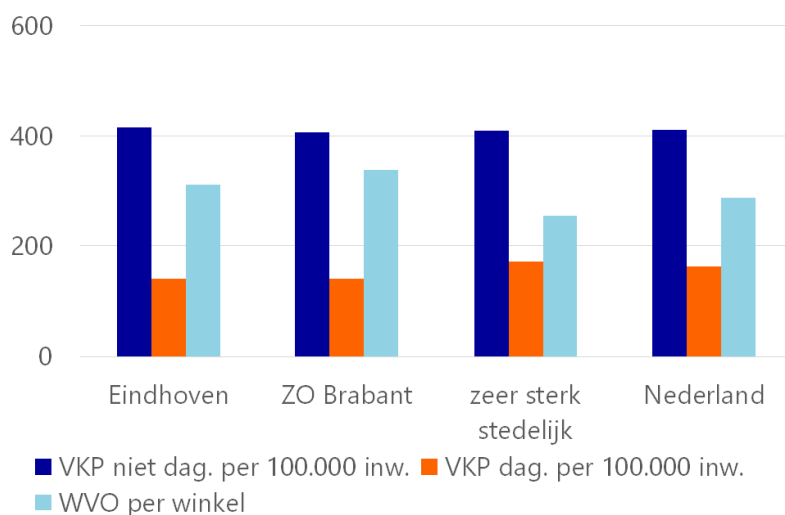
Bron: Locatus, bewerking Rabobank.

Let op: Door de bevolkingsomvang en aantrekkingskracht is het makkelijk om een winkel op te starten. Dat is niet hetzelfde als een gezonde detailhandelsstructuur. Ook voor Eindhoven geldt dat compacte centra en bijpassend stimuleringsbeleid nodig is om een goede, gezonde en up-to-date voorzieningenniveau te krijgen. De *verspreide bewinkeling* (28%) biedt mogelijkheden om te werken aan clustering van voorzieningen en tegengaan van leegstand in de kern en andere winkelcentra.

Branchering en schaalgrootte

Onderstaande grafiek zet het winkelaanbod af tegen de bevolkingsomvang van de gemeente Eindhoven. Hieruit blijkt dat Eindhoven voor een zeer sterk gemeente in de dagelijkse sector wat minder winkels telt ten opzichte van de bevolkingsomvang van de gemeente. In de niet-dagelijkse sector ligt het aantal winkels rond het gemiddelde van dit type gemeente. Verder zien we dat de winkels in Eindhoven per saldo grootschaliger (gemiddeld WVO per winkel) zijn dan gemiddeld in zeer sterk stedelijke gemeenten (figuur 10).

Figuur 10: Omvang en schaalgrootte detailhandel gemeente Eindhoven (1-1-'16)

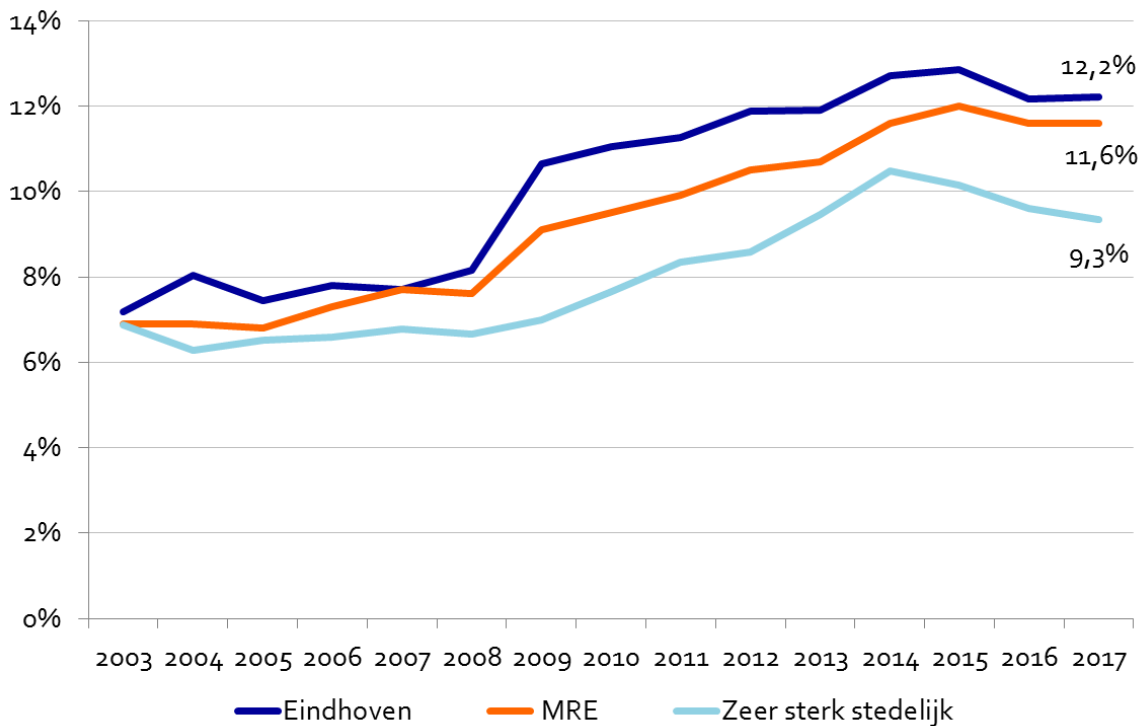


Bron: Locatus, bewerking Rabobank.

Leegstand

Medio 2017 is 12,2% % van de winkels in de gemeente Eindhoven als leeg geregistreerd. Het leegstandsniveau is iets hoger dan in de MRE (11,6%). Opvallender is de sterke afwijking ten opzichte van het gemiddelde leegstandsniveau in zeer sterk stedelijke gemeenten dat op 9,3% ligt. De leegstand in Eindhoven ligt structureel boven het niveau van de benchmarkgemeenten en is de afgelopen jaren in een lager tempo hersteld. Een kanttekening is dat er grote verschillen in leegstand bestaan tussen winkelgebieden. (Figuur 11).

Figuur 11: Winkelleegstand in de gemeente Eindhoven 2003-juli 2017



Bron: Locatus, bewerking Rabobank.

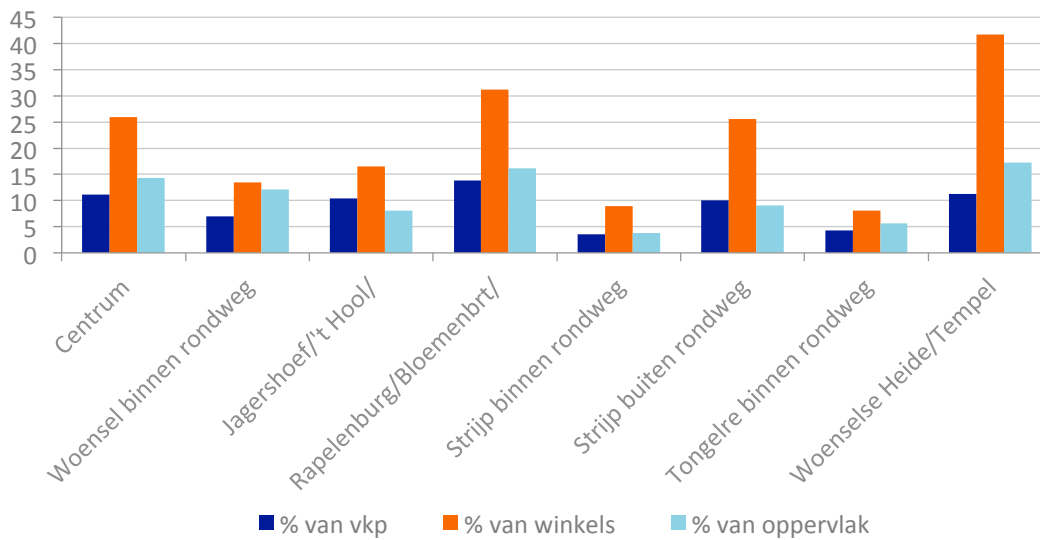
Let op: Eindhoven heeft (te) veel leegstand t.o.v. de MRE, maar zeker ook ten opzichte van vergelijkbare steden. In combinatie met het vorige (compacte winkelconcentraties) punt vraagt dit om gericht beleid naar compacte winkelconcentraties. Het wegnemen van meters uit de markt is absoluut noodzakelijk. Met name de leegstand in de kern moet worden tegengegaan door een actief verplaatsingsbeleid en het wegnemen van meters buiten de kern. Werk aan een compact centrum.

Leegstand naar gebied

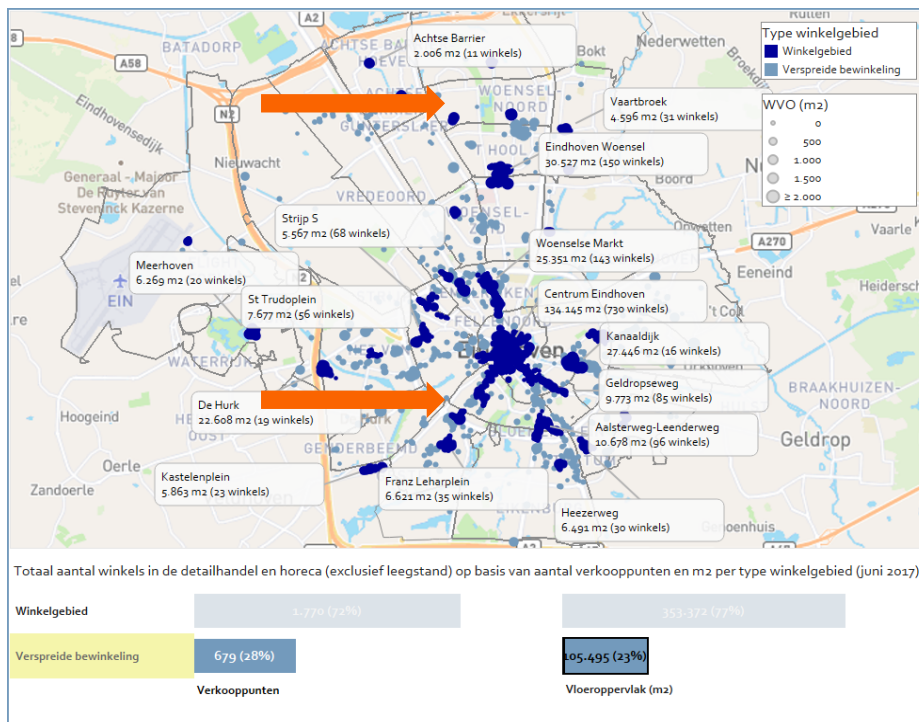
Leegstand is een graadmeter voor het economisch functioneren van een gebied. Immers als er geen leegstand is, zijn er duidelijk kansen om te ondernemen. Dit kan een lage huurprijs zijn, maar ook een goede loop of bereikbaarheid. Bij een hoge leegstand is er duidelijk sprake van een mismatch. Huurprijzen passen zich niet aan, concurrentie van andere ontwikkelingen, of gewoonweg geen plek meer in het Retail landschap. Eindhoven heeft meerdere winkelconcentraties die verschillend leegstandsbeeld laten zien. Bijgaand figuur 11.1 geeft van de acht winkelconcentraties met het meest aantal vestigingen van Eindhoven de verschillende leegstandscijfers aan. Figuur 9 is onderaan toegevoegd ter referentie. Alle cijfers zijn gerelateerd aan het aantal/oppervlak van het betreffende gebied. Leegstand als:

1. Percentage van het aantal verkooppunten (niet alleen winkels)
2. Percentage van het aantal winkels (alleen Retail)
3. Percentage van het verkoopvloeroppervlak

Figuur 11.1: Winkellegstand grootste deelgebieden van gemeente Eindhoven



Bron: Locatus, bewerking Rabobank.

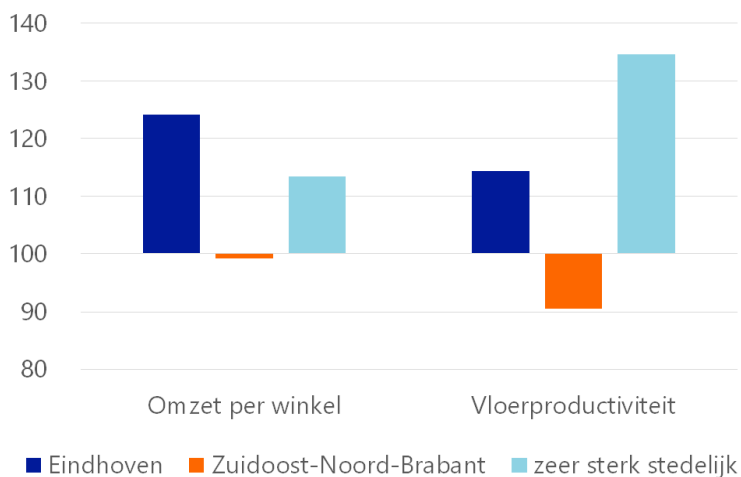


Let op: De prestatie van winkelconcentraties verschillen. Er springen twee gebieden uit, deze zijn met pijlen aangegeven. De grote opgave voor Eindhoven ligt in een aanpak om 'slechte' meters uit de markt te halen en 'goede' meters goed in te vullen. Dat is een gezamenlijke opgave van gemeente, pandeigenaren en ondernemers. Eindhoven moet keuzes maken waar ze ontwikkelingen toelaat (verbetering van meters) en ten koste van welke verkooppunten dit moet gaan. Dit zijn geen losse vraagstukken, dit zit aan elkaar vast. Sterker nog, elke nieuwe meter moet vergezeld worden van een krimpogave van drie bestaande meters. Ofwel, zonder krimp geen nieuwe ontwikkelingen. Let op de concentratieopgave en onderscheidend vermogen ten opzichte van Eindhoven én haar omgeving (omliggende gemeenten).

5. Prestaties detailhandel

In deze paragraaf laten we zien hoe de detailhandel in Eindhoven in 2015 heeft gepresteerd. Hiervoor kijken we naar de vloerproductiviteit (omzet per vierkante meter) en de gemiddelde omzet per winkel in Eindhoven. De analyse is uitgevoerd met behulp van de Regionaal Economische Thermometer van de Rabobank (zie bijlage voor een toelichting). Het resultaat voor de gemeente Eindhoven staat weergegeven in figuur 12.

Figuur 12: Functioneren detailhandel gemeente Eindhoven (2015, NL=100)



Bron: Rabobank.

Uit de grafiek blijkt dat de detailhandel in Eindhoven in 2015 een relatief hoge gemiddelde winkelomzet heeft gerealiseerd. De gemiddelde vloerproductiviteit ligt juist lager dan gemiddeld in zeer sterk stedelijke gemeenten maar hoger dan in de MRE als geheel. Vaak zien we dat de detailhandel in meer stedelijke gebieden een hogere score op deze indicatoren laat zien dan de detailhandel in meer landelijke regio's. Bovendien zien we een hoge gemiddelde winkelomzet vaak samen gaan met een lage gemiddelde vloerproductiviteit vanwege de schaalgrootte van het winkelaanbod. Gemeenten met veel grootschalige winkels (in bijvoorbeeld wonen en/of doe-het-zelf) realiseren vaak een hoge omzet per winkel in combinatie met een lage omzet per vierkante meter. Gemeenten met veel kleinschalig winkelaanbod hebben juist vaak een lage omzet per winkel in combinatie met een hoge vloerproductiviteit. In het vorige hoofdstuk hebben we gezien dat de gemiddelde winkel in Eindhoven relatief groot is waarmee de prestaties van de detailhandel in deze gemeente kunnen worden verklaard.

Let op: De prestatie van Eindhoven op basis van deze grafieken lijken positief. Het hoge leegstandscijfer (zeker t.o.v. benchmark) geeft een ander beeld weer. Deze cijfers komen uit de geaggregeerde jaarrekeningen. Op papier wellicht niet negatief, maar PAS OP voor verborgen armoede. Bijvoorbeeld het niet belasten van eigen huur (wanneer eigenaar en gebruiker dezelfde is), niet afschrijven van het pand, niet alle loonkosten zijn opgenomen (familie werkt mee, krijgt geen salaris). Signalen die hierop kunnen duiden zijn: panden die gedateerd zijn, slecht onderhouden en reclame uitingen die zijn verouderd.

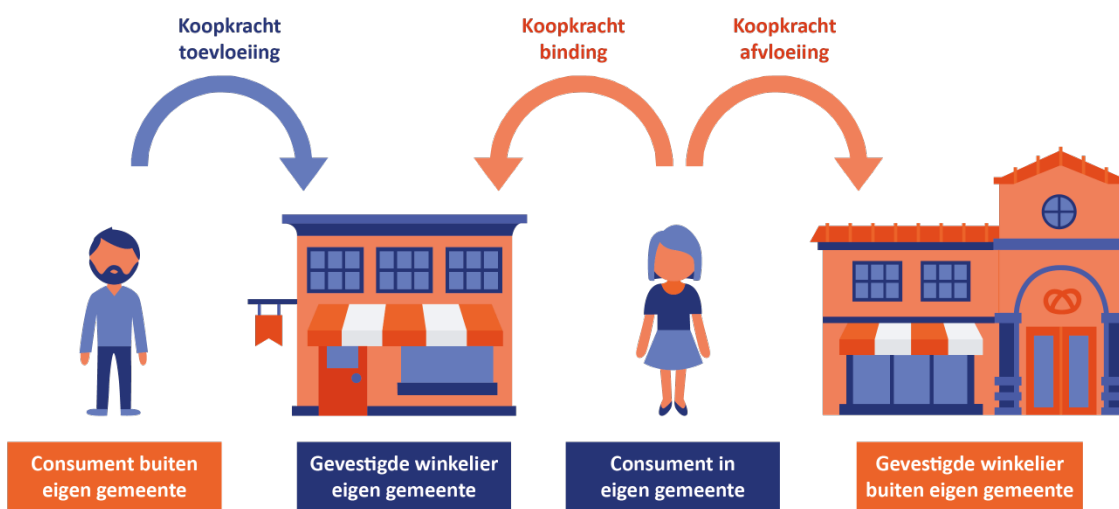
6. Koopstromen

Inleiding

Behalve naar het functioneren van de detailhandel, hebben we gekeken waar de omzet van de winkels in Eindhoven vandaan komt en waar de inwoners van Eindhoven zelf hun detailhandelsaankopen doen (koopstromen). Op deze manier kan het verzorgingsgebied van de detailhandel in Eindhoven worden vastgesteld en krijgen we een beeld van concurrerende aankoopplaatsen. In deze paragraaf laten wij het volgende zien:

- Koopkrachtbinding: welk deel van de detailhandelsbestedingen van de inwoners van Eindhoven komt in de eigen gemeente terecht? De koopkrachtbinding wordt vastgesteld vanuit de portemonnee van de consument.
- Koopkrachttoevloeiing: welk deel van de bestedingen die bij de detailhandel in Eindhoven worden gedaan, is afkomstig van inwoners van buiten de eigen gemeente? Koopkrachttoevloeiing wordt vastgesteld vanuit de kassa van de ondernemer.

Koopstromen zelf zeggen weinig over het functioneren van de winkels: ze geven aan wie waar besteedt en daarmee wat de positie van een gemeente (of winkelgebied) is binnen het koopspectrum van de consument. Uiteindelijk gaat het om de vraag of vanuit deze kooporiëntatie van de consument voldoende omzet wordt gegenereerd om rendabel te kunnen functioneren.



Behalve naar de detailhandel kijken we in dit hoofdstuk naar de vrijetijdsector. We laten onder andere zien waar de bestedingen in deze sector vandaan komen. Hiermee ontstaat een beeld van de recreatieve functie van de gemeente Eindhoven.

De resultaten van Eindhoven plaatsen we in perspectief door ze te vergelijken met die van de andere Nederlandse gemeenten in dezelfde stedelijkheidsklasse. Uit landelijke analyses blijkt de mate van stedelijkheid (positief) te correleren met de koopkrachtbinding en (negatief) met de koopkrachttoe-

vloeiing. Eindhoven valt in de categorie zeer sterk stedelijke gemeenten. In de bijlage is een overzicht opgenomen van alle MRE-gemeenten per stedelijkheidsklasse.

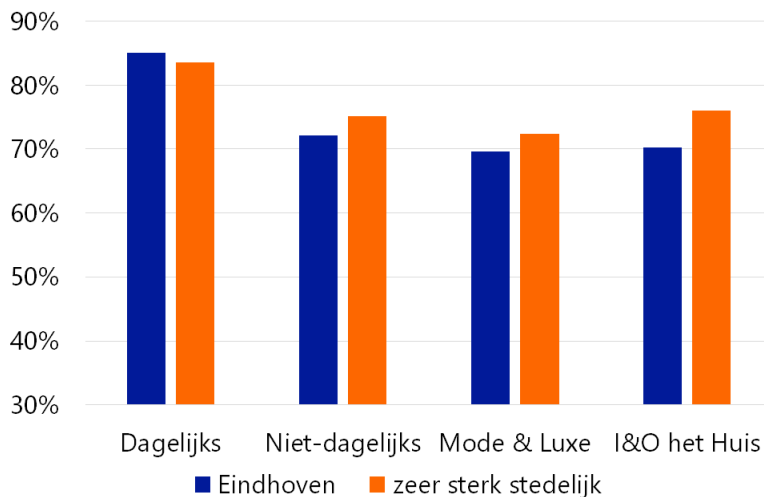
Waar besteedt de inwoner van Eindhoven?

LET OP 1: het gaat hier om de portemonnee van de inwoner. Hoeveel procent van haar bestedingen in een bepaalde sector besteedt zij in de eigen kern.

LET OP 2: de bestedingscijfers per postcode volgen later.

Figuur 13 laat de koopkrachtbinding zien. In Eindhoven ligt de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector met 85% iets boven het gemiddelde van zeer sterk stedelijke gemeenten terwijl de binding aan de niet-dagelijkse sector met 72% daar iets onder ligt. De binding aan de dagelijkse sector lag in 2009 nog op 82% en is dus iets gestegen. In de niet-dagelijkse sector is de binding in deze periode stabiel gebleven op 72%.

Figuur 13: Koopkrachtbinding inwoners gemeente Eindhoven (2014)



Bron: Rabobank.

Let op: Het is een landelijke tendens dat de lokale binding in de dagelijkse sector toe neemt, dit is voor Eindhoven dus 'normaal'. De binding in niet-dagelijks is lager dan verwacht mag worden in vergelijkbare steden. Blijkbaar geeft de inwoner ook makkelijk zijn geld niet in Eindhoven uit. In aanvulling op eerdere punten vraagt Eindhoven om een herijking van de positionering van de verschillende winkelconcentraties. Een totaalaanpak inclusief gerichte evenementen, uitingen en profilering is noodzakelijk voor Eindhoven.

Wat zijn de belangrijkste alternatieve aankooplocaties voor de inwoners van Eindhoven?

Onderstaande tabel (tabel 14) laat zien in welke gemeenten de afvloeiende detailhandelsbestedingen van de inwoners van Eindhoven vooral terecht komen. In de tabel is de top vijf van belangrijkste

alternatieve aankooplocaties voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse aankopen opgenomen. De beperkte koopkracht die in de dagelijkse sector afvloeit komt vooral terecht in Veldhoven. In de niet-dagelijkse sector vloeit de meeste koopkracht af naar Son en Breugel gevolgd door Veldhoven.

Tabel 14a: Afvloeiing dagelijks (2014)

| | |
|----------------|----|
| Veldhoven | 4% |
| Geldrop-Mierlo | 2% |
| Nuenen c.a. | 1% |
| Waalre | 1% |
| Son en Breugel | 1% |

Tabel 14b: Afvloeiing niet-dagelijks (2014)

| | |
|-------------------------------|----|
| Son en Breugel | 5% |
| Veldhoven | 4% |
| Nuenen, Gerwen en Nederwetten | 2% |
| Best | 1% |
| Geldrop-Mierlo | 1% |

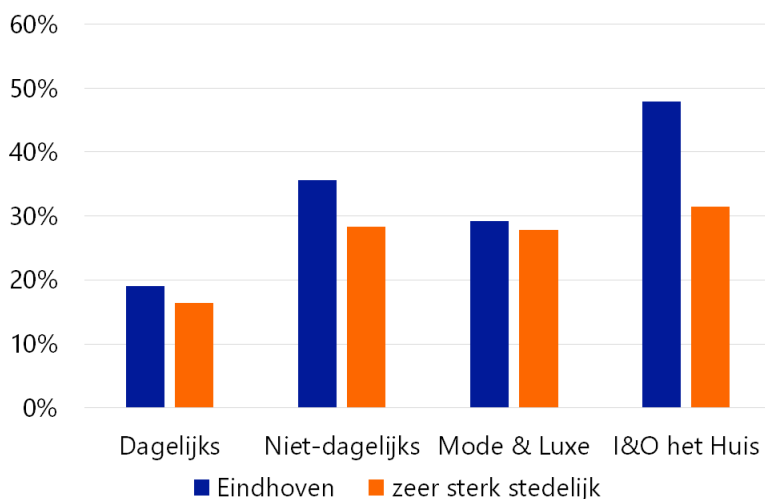
Waar komt de omzet van de detailhandel in Eindhoven vandaan?

Let op: hier gaat het om de kassa van de ondernemer gevestigd in Eindhoven. Deze wordt gevuld door bestedingen van inwoners én van bestedingen van andere bezoekersgroepen. Ook geeft het een verdeling van herkomst aan, niet de prestatie (zie hoofdstuk 5).

Figuur 14 toont de koopkrachttoevoeiing¹. In zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector ligt de koopkrachttoevoeiing hoger dan gemiddeld in zeer sterk stedelijke gemeenten. Met name in de branche in & om het huis is een groot deel van de bestedingen afkomstig van buiten Eindhoven.

Verderop in dit hoofdstuk laat tabel 3 zien waar de bestedingen in de individuele winkelgebieden vandaan komen.

Figuur 14: Koopkrachttoevoeiing winkels gemeente Eindhoven (2014)



DeBron: Rabobank.

¹ Het gaat hier alleen om Nederlandse bestedingen.

Let op: Over de breedte zal Eindhoven het moeten hebben van de omgeving. Een relatief lage binding van de eigen inwoner (op dagelijks na) vereist een hogere toevloeiing. Immers wanneer de ondernemer zijn omzet niet verdient aan zijn omgeving, dan moet het van buiten komen. Hier liggen grote kansen. Wanneer Eindhoven in staat is een betere binding van de bestedingen van de eigen inwoners kan realiseren, dan zal dit de prestaties ten goede komen. De trekkracht van Eindhoven is immers al goed. Wanneer eerdere opgaves goed worden ingevuld, zal dit effect hebben op de bestedingen van zowel inwoner als omgeving.

Wie koopt nog meer bij de detailhandel in Eindhoven?

Onderstaande tabel laat zien waar de omzet van de detailhandel in Eindhoven – voor zover die niet van de eigen inwoners afkomstig is – vandaan komt. Uit de tabel blijkt dat een groot deel van de toevloeiing afkomstig is van de inwoners van Veldhoven. Daarnaast weet Eindhoven (met name de niet-dagelijkse sector) uiteraard de nodige bestedingen vanuit de andere MRE-gemeenten aan te trekken.

Tabel 15a: Toevloeiing dagelijks (2014)

| | |
|----------------|----|
| Veldhoven | 5% |
| Geldrop-Mierlo | 1% |
| Nuenen ca. | 1% |
| Waalre | 1% |
| Son en Breugel | 1% |

Tabel 15b: Toevloeiing niet-dagelijks (2014)

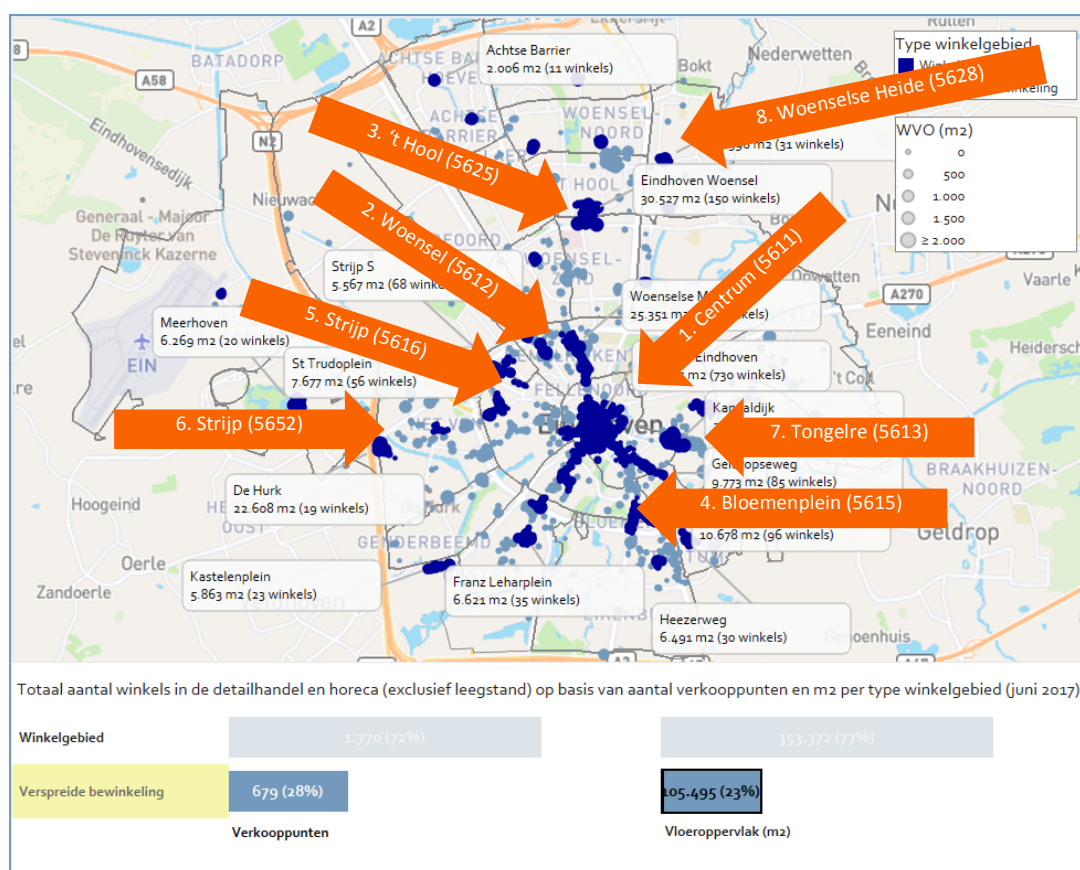
| | |
|----------------|----|
| Veldhoven | 4% |
| Helmond | 2% |
| Geldrop-Mierlo | 2% |
| Waalre | 2% |
| Nuenen ca. | 2% |

Let op: ten opzichte van de regio zijn dit relatief lage percentages. Er is toevloeiing, maar voor een grote kern in een omgeving met veel kleine dorpjes mag dit hoger zijn. Dit zal voor de deelgebieden hele andere beelden geven. Dit volgt hieronder.

Waar komen de bestedingen van de acht grootste winkelconcentraties in Eindhoven vandaan?

De acht grootste winkelconcentraties op basis van het aantal verkooppunten zijn (postcode en naam):

1. 5611 Centrum
2. 5612 Woensel binnen rondweg
3. 5625 Jagershoef/'t Hool/Vlokhoven
4. 5615 Rapelenburg/Bloemenbuurt/Looiakkers
5. 5616 Strijp binnen rondweg
6. 5652 Strijp buiten rondweg
7. 5613 Tongelre binnen rondweg
8. 5628 Woenselse Heide/Tempel



Per gebied volgt een samenvatting. Opbouw en herkomst van de bestedingen, dat wil zeggen, waar komt de omzet van het verkooppunt vandaan in percentages. Let op, de herkomst zegt niets over de hoeveelheid omzet, slechts de verdeling.

5611 Eindhoven Centrum

Aantal verkooppunten (vkp): 967

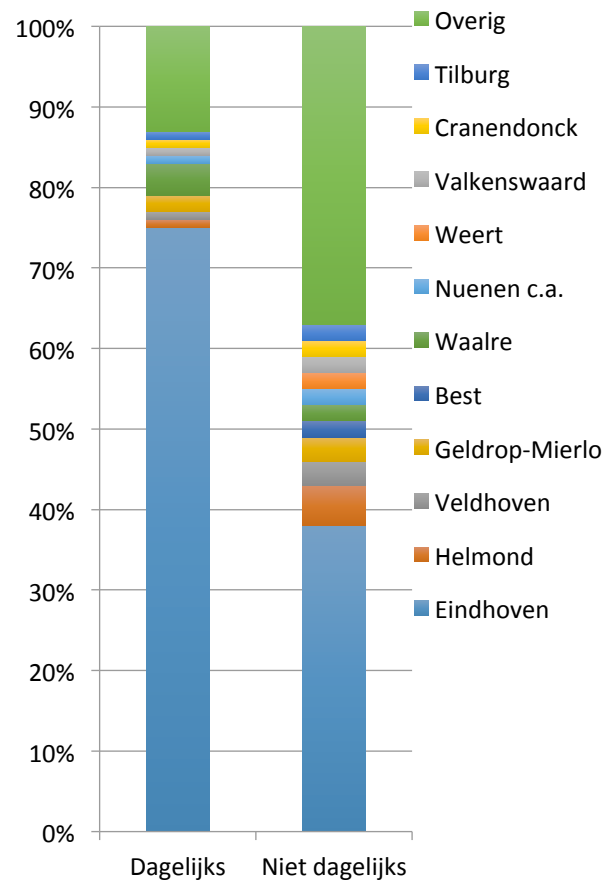
Totaal verkoopvloeroppervlak winkels: 141.687 m²

Leegstand winkels: 26% (ten opzichte van 11,2% van totaal vkp)

Figuur 16a: Herkomst bestedingen dagelijks en niet-dagelijks en toelichting op de samenvatting:



Let op: Het centrum van Eindhoven heeft met name in de niet-dagelijks een duidelijke regio functie. De bestedingen komen voor een fors deel uit 'overig', wat betekent dat dit versnipperd over meerdere gemeenten is.



5612 Woensel (binnen rondweg)

Aantal verkooppunten (vkp): 216

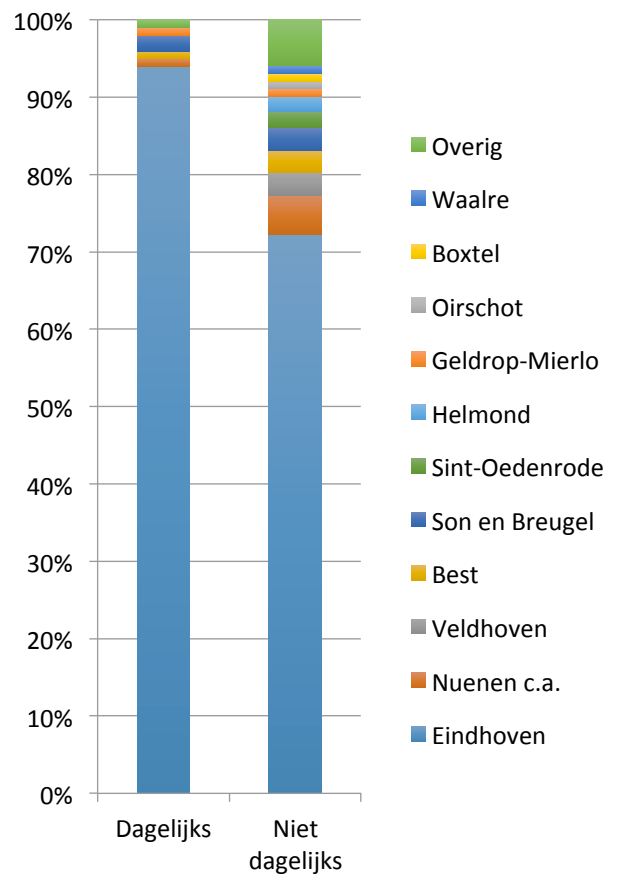
Totaal verkoopvloeroppervlak winkels: 39.901 m²

Leegstand winkels: 13,5% (ten opzichte van 6,9% van totaal vkp)

Figuur 16b: Herkomst bestedingen dagelijks en niet-dagelijks en toelichting op de samenvatting:



Let op: Dit deel van Woensel geeft dagelijks een lokaal niveau aan. De niet-dagelijkse bestedingen zijn zeer divers. Dit deel van Eindhoven heeft een gemixte functie.



5625 't Hool

Aantal verkooppunten (vkp): 182

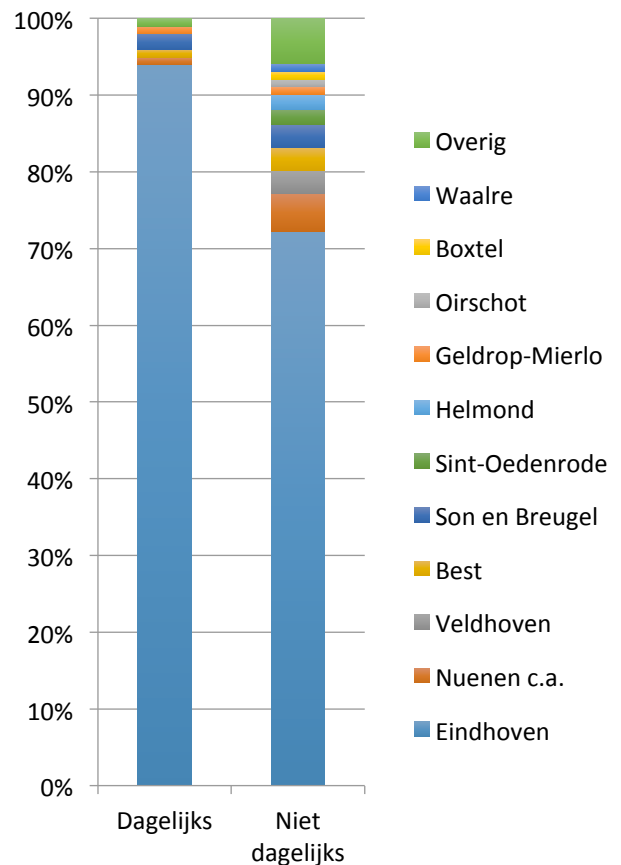
Totaal verkoopvloeroppervlak winkels: 33.596 m²

Leegstand winkels: 16,5% (ten opzichte van 10,4% van totaal vkp)

Figuur 16c: Herkomst bestedingen dagelijks en niet-dagelijks en toelichting op de samenvatting:



Let op: Een winkelcentrum dat sterk gericht is op de eigen inwoner (wijkcentrum). Hoewel de niet-dagelijkse bestedingen nog veel diverse herkomst kent wil niet zeggen dat er een bovenlokale trekkracht is. Dit zal vooral een gebrek aan lokale binding zijn. De leegstand is in verhouding hoog.



5615 Bloemenbuurt

Aantal verkooppunten (vkp): 174

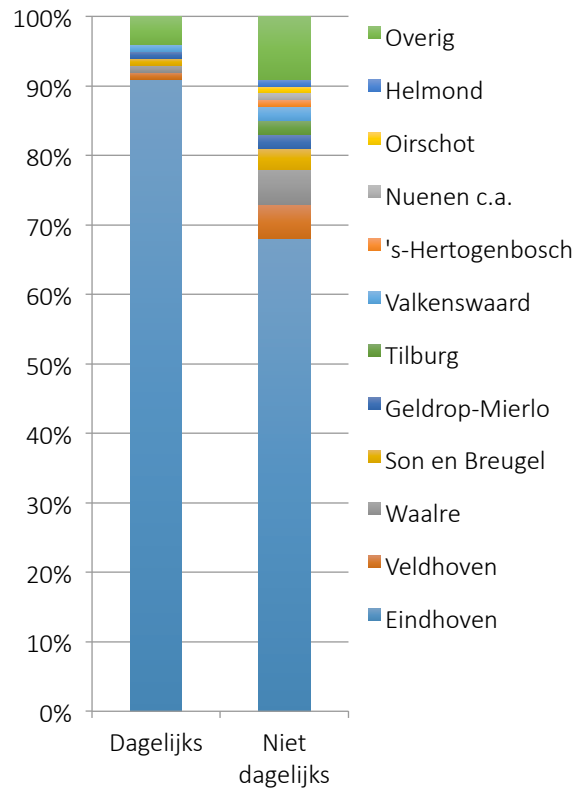
Totaal verkoopvloeroppervlak winkels: 17.898 m²

Leegstand winkels: 31,2% (ten opzichte van 13,8% van totaal vkp)

Figuur 16d: Herkomst bestedingen dagelijks en niet-dagelijks en toelichting op de samenvatting :



Let op: Dit deel van Eindhoven is qua dagelijks aanbod sterk gericht op de eigen inwoner (de wijk). De niet-dagelijkse bestedingen hebben een apart verloop. Er is extreem veel leegstand in de winkels ten opzichte van ook een hoge leegstand in andere sectoren. Dit vraagt aandacht en keuzes.



5616 Strijp-S binnen rondweg

Aantal verkooppunten (vkp): 142

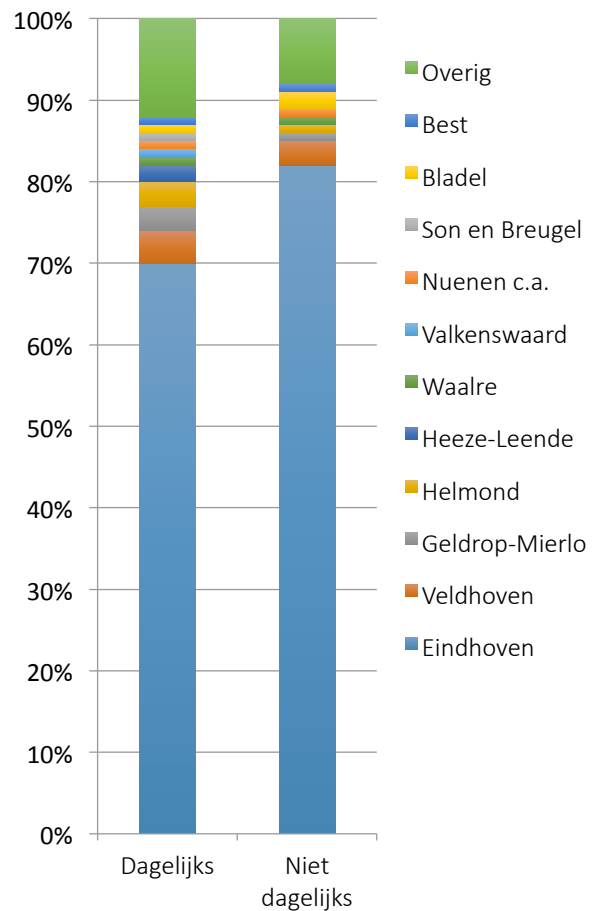
Totaal verkoopvloeroppervlak winkels: 14.120 m²

Leegstand winkels: 8,9% (ten opzichte van 3,5% van totaal vkp)

Figuur 16e: Herkomst bestedingen dagelijks en niet-dagelijks en toelichting op de samenvatting :



Let op: Dit deel van Eindhoven is bijzonder. De herkomst in dagelijks is verspreid. Terwijl de niet-dagelijks sterk lokaal is. Hier zal sprake zijn van studenten of expats. Er is een tweede adres van waaruit de bestedingen geregistreerd worden. De leegstand is extreem laag in het totaal. De winkels blijven echter hoog in leegstand.



5652 Strijp-S buiten rondweg

Aantal verkooppunten (vkp): 120

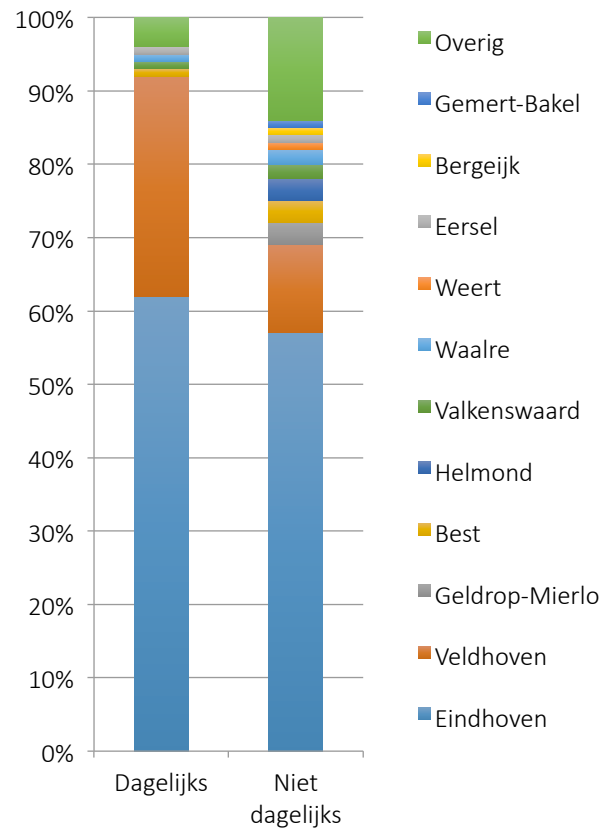
Totaal verkoopvloeroppervlak winkels: 43.206 m²

Leegstand winkels: 25,5% (ten opzichte van 10% van totaal vkp)

Figuur 16f: Herkomst bestedingen dagelijks en niet-dagelijks en toelichting op de samenvatting :



Let op: Een erg divers beeld voor dit deel van Eindhoven. Een lage binding in dagelijks en niet-dagelijks. Erg veel leegstand in de Retail sector. Vanwege de ligging (langs de randweg) is dit makkelijk bereikbaar voor niet-Eindhovenaren, wat de herkomst van buiten Eindhoven verklaart.



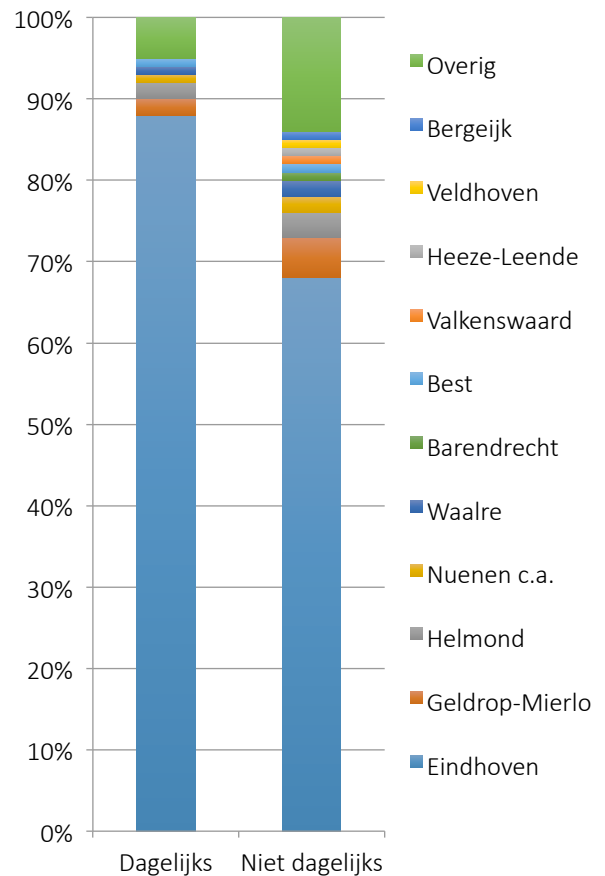
5613 Tongelre binnen rondweg

Aantal verkooppunten (vkp): 117

Totaal verkoopvloeroppervlak winkels: 49.245 m²

Leegstand winkels: 8,1% (ten opzichte van 4,3% van totaal vkp)

Figuur 16g: Herkomst bestedingen dagelijks en niet-dagelijks en toelichting op de samenvatting :



Let op: Dit gebied kenmerkt zich door zowel een wijkcentrum als perifere detailhandel (bouwmarkten etc.). Dat verklaart het aantal m² winkeloppervlak t.o.v. het aantal verkooppunten. De binding in dagelijks is hoog (wijkcentrum). De niet-dagelijkse sector is divers vanwege deze mix in aanbod. Hoewel de leegstand beperkt is, zal de uitdaging in dit deel vooral op de kwaliteit van het aanbod liggen.

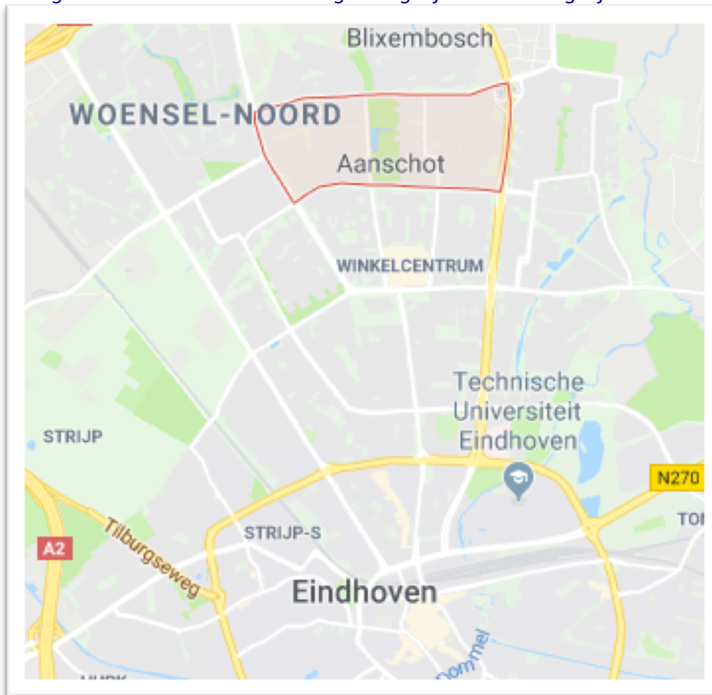
5628 Woenselse Heide/Tempel

Aantal verkooppunten (vkp): 89

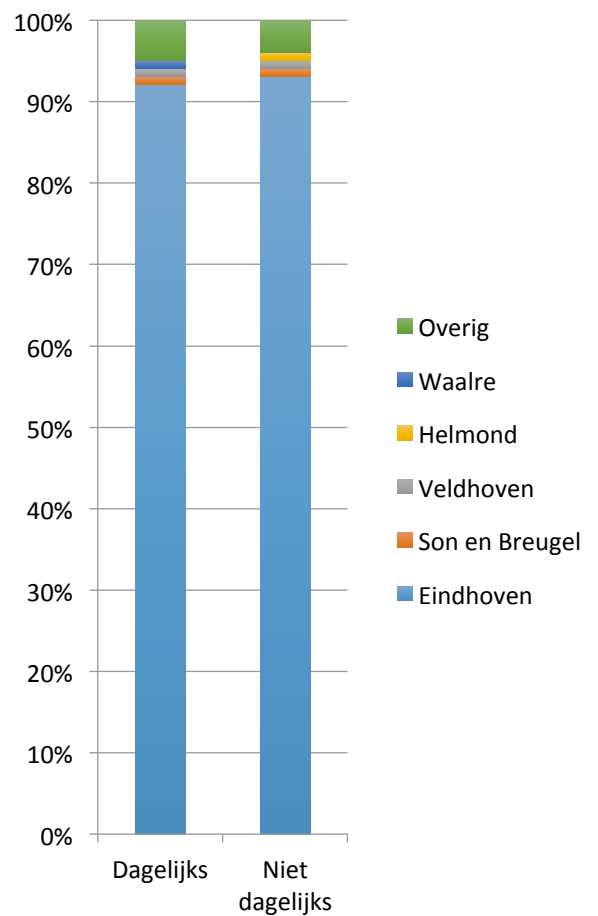
Totaal verkoopvloeroppervlak winkels: 18.789 m²

Leegstand winkels: 41,7% (ten opzichte van 11,2% van totaal vkp)

Figuur 16h: Herkomst bestedingen dagelijks en niet-dagelijks en toelichting op de samenvatting :



Let op: Dit gebied is extreem gericht op de eigen inwoner. Het is echter niet duidelijk hoe het aanbod is voorzien. Er lijkt weinig concentratie te zijn, wat de aantrekken van bestedingen van buiten moeilijk maakt. Met een extreme leegstand in de Retail vraagt dit aandacht en focus. Het wegnemen van meters is een optie.



Samenvatting

Eindhoven heeft een sterk stedelijke opzet. Er is op sommige plekken extreme leegstand, dat vraagt aandacht. Overall is er veel te hoge leegstand in de Retail. Het merendeel is afhankelijk van de eigen inwoner en het beter binden van de inwoner is een kans. Eindhoven zal moeten uitvinden hoe zij kwaliteit kan toevoegen en tevens een krimp kan bewerkstelligen. Het is niet reëel om alle vrijkomende meters met blurring, pop-ups, of horeca in te vullen. Zoek naar mogelijkheden om compactere winkelconcentraties te creëren en zoek naar mogelijkheden om kansarme gebieden te laten transformeren. Er is lef en daadkracht nodig, waarbij het primaat bij de overheid moet liggen. Vervolgens dient per gebied met de lokale pandeigenaren en ondernemers gewerkt te worden aan de veranderingen. Dit vraagt een lange adem en een heldere koers.

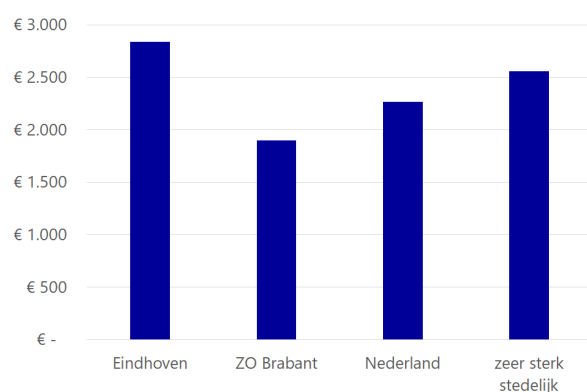
7. Vrijtjdssector

Figuur 16a laat zien hoe de vrijtjdssector in Eindhoven functioneert. Hieruit blijkt dat de omzet van de vrijtjdssector in Eindhoven ten opzichte van het aantal inwoners van de gemeente hoger ligt dan gemiddeld in zeer sterk stedelijke gemeenten en dan gemiddeld in de MRE.

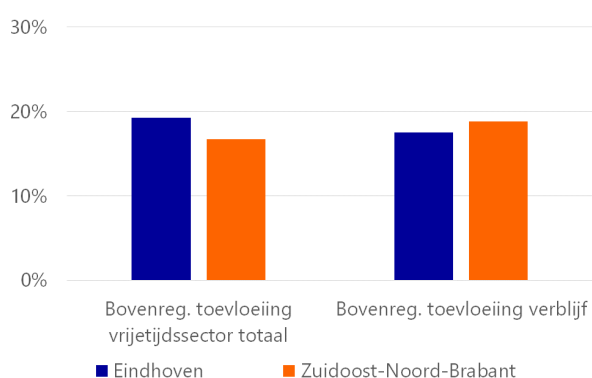
Figuur 16b laat zien welk deel van de bestedingen in deze sector van buiten de MRE afkomstig is. Dit aandeel ligt in Eindhoven ook hoger dan gemiddeld in de MRE. De bovenregionale trekkracht van deze sector in Eindhoven dus groter dan gemiddeld in de MRE. De bovenregionale trekkracht van specifiek de verblijfssector ligt iets lager dan het regionale gemiddelde.

Ten slotte zien we in figuur 15 dat ook koopkrachtbinding van de cafés en restaurants in Eindhoven iets hoger is dan gemiddeld in zeer sterk stedelijke gemeenten. Al met al kunnen we stellen dat de vrijtjdssector in Eindhoven in ruimtelijk-economisch opzicht een sterke positie heeft.

Figuur 16a: Omzet vrijtjdssector per inwoner

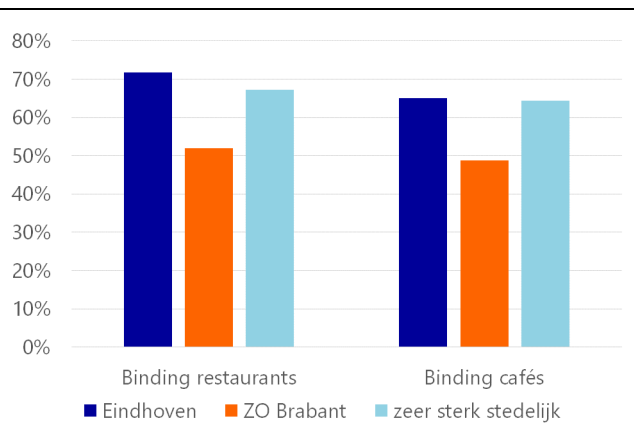


Figuur 16b: Bovenregionale toevloeiing vrijtjdssector



Bron: Rabobank.

Figuur 17: Koopkrachtbinding horeca inwoners Eindhoven



Bron: Rabobank

Let op: De omzet in de vrijetijdsector ligt hoger dan gemiddeld. Dit wordt mede verklaart door de relatief sterke bovenregionale toevloeiing. Dit geldt overigens niet voor de verblijfsrecreatie. Zowel restaurants als cafés zijn goed in staat de eigen euro te binden.

8. Samenvatting

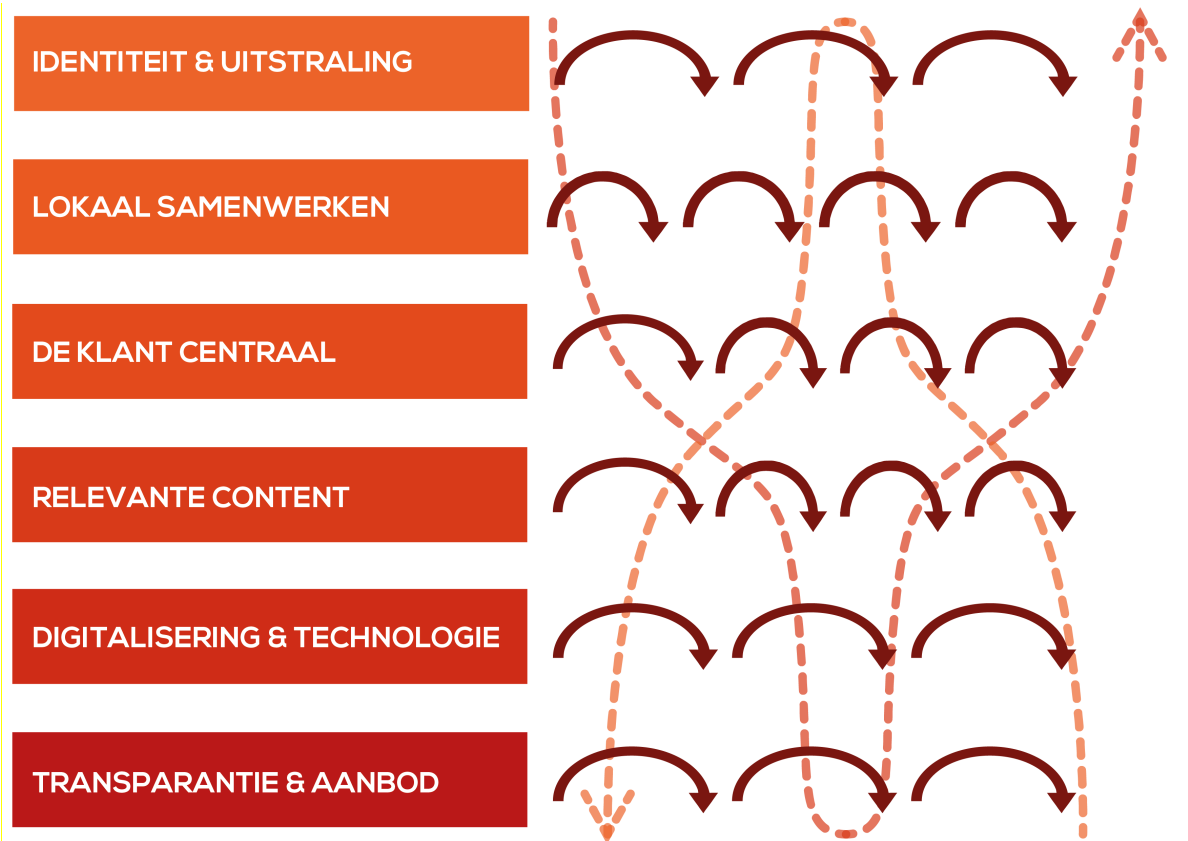
- Hoewel in figuur 3 het beeld versnipperd lijkt, is Eindhoven voor 'winkelen' praktisch voor alle gemeenten in de MRE een focus gemeente (op Gemert, Reusel en Cranendonck na). Dat wil zeggen dat wanneer men niet in de eigen gemeente besteedt, ze dit in Eindhoven doen. Wordt de 'norm' wat losser gehanteerd, dan verschijnt figuur 3 en bovenstaande toelichting. Voor de vrijetijdsbestedingen is Eindhoven een sterke gemeente. Dit is erg doelgroep afhankelijk, meer dan voor 'winkelen'.
- Eindhoven kent relatief veel eenpersoonshuishoudens met een relatief hoog inkomen per hoofd. Niet alleen ten opzichte van de omliggende gemeenten, ook ten opzichte van de benchmark. Dit heeft gevolgen voor de behoefte in voorzieningen. Wanneer er toch sprake van gezinsvorming is, trekt men naar omliggende plaatsen, dit zien we in de andere rapportages terug. Dit biedt kansen voor alternatief aanbod in Eindhoven, startups en vernieuwing. De klantenbinding zal voor dit aanbod wel laag zijn, wat een lange termijn invulling spannend maakt, zeker voor startups. Een goede combinatie van aanbod (voor verschillende doelgroepen) met omliggende plaatsen helpt in een totaal voorzieningen niveau.
- Door de bevolkingsomvang en aantrekkingskracht is het makkelijk om een winkel op te starten. Dat is niet hetzelfde als een gezonde detailhandelsstructuur. Ook voor Eindhoven geldt dat compacte centra en bijpassend stimuleringsbeleid nodig is om een goede, gezonde en up-to-date voorzieningenniveau te krijgen. De *verspreide bewinkeling* (28%) biedt mogelijkheden om te werken aan clustering van voorzieningen en tegengaan van leegstand in de kern en andere winkelcentra.
- Eindhoven heeft (te) veel leegstand t.o.v. de MRE, maar zeker ook ten opzichte van vergelijkbare steden. In combinatie met het vorige (compacte winkelconcentraties) punt vraagt dit om gericht beleid naar compacte winkelconcentraties. Het wegnemen van meters uit de markt is absoluut noodzakelijk. Met name de leegstand in de kern moet worden tegengegaan door een actief verplaatsingsbeleid en het wegnemen van meters buiten de kern. Werk aan een compact centrum.
- De prestatie van winkelconcentraties verschillen. Er springen in 2 gebieden uit, deze zijn met pijlen aangegeven. De grote opgave voor Eindhoven ligt in een aanpak om 'slechte' meters uit de markt te halen en 'goede' meters goed in te vullen. Dat is een gezamenlijke opgave van gemeente, pandeigenaren en ondernemers. Eindhoven moet keuzes maken waar ze ontwikkelingen toelaat (verbetering van meters) en ten koste van welke verkooppunten dit moet gaan. Dit zijn geen losse vraagstukken, dit zit aan elkaar vast. Sterker nog, elke nieuwe meter moet vergezeld worden van een krimp-opgave van 3 bestaande meters. Ofwel, zonder krimp geen nieuwe ontwikkelingen. Let op de concentratieopgave en onderscheidend vermogen ten opzichte van Eindhoven én haar omgeving (omliggende gemeenten).
- De prestatie van Eindhoven op basis van deze grafieken lijken positief. Het hoge leegstandscijfer (zeker t.o.v. benchmark) geeft een ander beeld weer. Deze cijfers komen uit de geaggregeerde jaarrekeningen. Op papier wellicht niet negatief, maar PAS OP voor

verborgen armoede. Bijvoorbeeld het niet belasten van eigen huur (wanneer eigenaar en gebruiker dezelfde is), niet afschrijven van het pand, niet alle loonkosten zijn opgenomen (familie werkt mee, krijgt geen salaris). Signalen die hierop kunnen duiden zijn: panden gedateerd zijn, slecht onderhouden en reclame uitingen zijn verouderd.

- Het is een landelijke tendens dat de lokale binding in de dagelijkse sector toe neemt, dit is voor Eindhoven dus 'normaal'. De binding in niet-dagelijks is lager dan verwacht mag worden in vergelijkbare steden. Blijkbaar geeft de inwoner ook makkelijk zijn geld niet in Eindhoven uit. In aanvulling op eerdere punten vraagt Eindhoven om een herijking van de positionering van de verschillende winkelconcentraties. Een totaalaanpak inclusief gerichte evenementen, uitingen en profilering is noodzakelijk voor Eindhoven.
- Over de breedte zal Eindhoven het moeten hebben van de omgeving. Een relatief lage binding van de eigen inwoner (op dagelijks na) vereist een hogere toevloeiing. Immers wanneer de ondernemer zijn omzet niet verdient aan zijn omgeving, dan moet het van buiten komen. Hier liggen grote kansen. Wanneer Eindhoven in staat is een betere binding van de bestedingen van de eigen inwoners kan realiseren, dan zal dit de prestaties ten goede komen. De trekkracht van Eindhoven is immers al goed. Wanneer eerdere opgaves goed worden ingevuld, zal dit effect hebben op de bestedingen van zowel inwoner als omgeving.
- Ten opzichte van de regio zijn de toevloeiingscijfers relatief lage percentages. Er is toevloeiing, maar voor een grote kern in een omgeving met veel kleine dorpjes mag dit hoger zijn. Dit zal voor de deelgebieden hele andere beelden geven. Dit volgt hieronder.
- De omzet in de vrijetijdsector ligt hoger dan gemiddeld. Dit wordt mede verklaart door de relatief sterke bovenregionale toevloeiing. Dit geldt overigens niet voor de verblijfsrecreatie. Zowel restaurants als cafés zijn goed in staat de eigen euro te binden.

U heeft nu aanknopingspunten om aan de slag te gaan met uw winkelgebied. Onderstaand figuur (bron: Ik Ondernem!) geeft nog eens weer welke speerpunten uw focus moet hebben. Het is belangrijk dat u weet wat uw winkelgebied uniek maakt (identiteit), naar welke klant u zich moet richten (klantinzicht), dat uw organisatie en fysieke ruimte in orde zijn en natuurlijk hoe u ondernemers actief betrokken houdt. Veel winkelgebieden kampen ook met een overschot aan vierkante meters winkeloppervlak, het vergt lef en strategie om dit echt aan te pakken. Als u na onderstaande punten kampt met vragen en u heeft hulp nodig om de acties op te pakken, neemt u dan contact op met Ik Ondernem! Zie contactgegevens in het colofon.

Figuur 18: 6 Speerpunten



Bron: Ik Ondernem!

Bijlage I: Bronnen en definities

Rabobank KoopstromenMonitor

Koopstromen brengen in beeld waar consumenten hun aankopen doen. Voor de KoopstromenMonitor vormen de gemeten pintransacties van Rabobank-klanten de basis. Deze geven voor de gevestigde detailhandel de belangrijkste informatie over het ruimtelijk koopgedrag van consumenten. Belangrijk is om hierbij te benadrukken dat het alleen om de Nederlandse koopstromen gaan. Bestedingen in of uit het buitenland worden dus buiten beschouwing gelaten. Naast de pintransacties is ook gekeken naar de incassotransacties, waarmee consumenten een omvangrijk deel van de aankopen van vooral duurzame goederen betalen. Tevens wordt op basis van metingen van geldopnames bij geldautomaten en afstortingen van contant geld door bedrijven, een schatting gemaakt van de char-tale koopstromen.

De belangrijkste bron van de KoopstromenMonitor is een database met tientallen miljoenen feitelijke transacties van Rabobank-klanten (consumenten) naar Rabobank-klanten (detailhandel en vrijetijdssector). Omdat de klantenkring van de Rabobank breed is vertegenwoordigd onder alle lagen van de bevolking en in alle delen van Nederland, is sturen op representativiteit en dekking niet nodig. Om toch eventueel optredende vertekening ten opzichte van de Nederlandse populatie huishoudens en bedrijven tegen te gaan, zijn de uitkomsten gecorrigeerd aan de hand van aanvullende databronnen zoals het handelsregister van de KvK, de statistiek besteedbaar inkomen van Nederlandse huishoudens en de productiestatistieken van het CBS.

Regionaal Economische Thermometer

De Regionaal Economische Thermometer (RET) meet de economische prestaties van het bedrijfsleven in de Nederlandse gemeenten. De prestaties zijn berekend op basis van verschillende bronnen. Dit zijn onder andere de MKB-database en de Monitor Bedrijfsactiviteit van de Rabobank, de financiële jaarrekeningen van het CBS en de werkgelegenheids cijfers uit het zogenoemde LISA-bestand (Landelijk Informatie Systeem Arbeidsorganisaties). De RET wordt door de Rabobank jaarlijks geactualiseerd met cijfers over het voorgaande jaar.

Branche-indeling

| Branchegroep | Hoofdbranche |
|------------------------------|--|
| Detailhandel | |
| Dagelijks | Algemene levensmiddelen Gespecialiseerde levensmiddelen Persoonlijke verzorging |
| In en om het huis | Auto & fiets Bruin- en witgoed Doe-Het-Zelf Plant & Dier Wonen |
| Mode & luxe | Antiek & Kunst Huishoudelijke artikelen Kleding en textiel Optiek & Juwelier Schoenen Warenhuizen |
| Vrije tijd | Hobby Media Sport & Spel |
| Vrijtjdssector | |
| Verblijfsrecreatie | |
| Restaurantsector | |
| Drankensector | |
| Cultuur en overige recreatie | |
| Sport | |

Gemeenten MRE naar stedelijkheid

Niet stedelijk

Bergeijk

Matig stedelijk

Best

Nuenen, Gerwen en Nederwetten

Valkenswaard

Geldrop-Mierlo

Sterk stedelijk

Helmond

Veldhoven

Zeer sterk stedelijk

Eindhoven

Weinig stedelijk

Asten

Deurne

Eersel

Oirschot

Someren

Son en Breugel

Waalre

Gemert-Bakel

Heeze-Leende

Laarbeek

Reusel-De Mierden

Cranendonck

Bladel

Colofon

Auteurs

- Frits Oevering (Rabobank): hoofdstuk 2 en 3
- Jacob Velleman (Rabobank): hoofdstuk 4
- Anouk Smeltink-Mensen (AnalyZus): hoofdstuk 5, 6 en 7
- Rob Weiss (Ik Ondernem!): inleidende hoofdstukken, tekstboxen en samenvatting

Vormgeving en eindredactie

Ik Ondernem!

Datum

November 2017

Betrokken partijen

De provincie Noord-Brabant

De provincie Noord-Brabant heeft de ambitie om de regio te versterken. Zij initieert en steunt projecten die hieraan bijdragen. Het project koopstromen is daar één van.

De Rabobank

Het koopstromenonderzoek is op basis van miljoenen pintransacties. Koopstromen op basis van deze bronnen kan alleen in samenwerking met de Rabobank in verband met eigendom van de data. In de MRE zijn er 7 Rabobank regio's actief te weten; Groenewoud Zuid, de Kempen, Helmond, Gemert – Brakel, Eindhoven – Veldhoven, Geldrop en Dommelstreek.

De Nieuwe Winkelstraat

Platform De Nieuwe Winkelstraat is een onafhankelijk kennis- en netwerkcentrum gericht op de toekomst van winkelgebieden in Nederland.

Ik Ondernem!

Ik Ondernem! is een projectbureau dat innovatieve projecten initieert en begeleidt op het gebied van ondernemerschap en toekomstvaste winkelgebieden.

AnalyZus

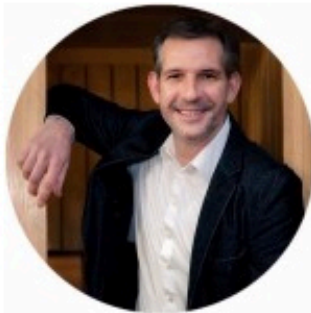
AnalyZus voorziet organisaties van kennis en advies bij het ontwikkelen van beleid en het maken van (strategische) keuzes rondom de positionering van consumentenvoorzieningen en de locaties waarop zij gevestigd zijn.

Heeft u nog vragen?

Wanneer er nog onduidelijkheden bestaan over het onderzoek of het proces, dan horen wij dit natuurlijk graag en geven we graag nog extra uitleg om alles helder te krijgen. Schroom niet om contact op te nemen.

[Rob Weiss](#)

06-39836882



I.hilvering@ik-onderneem.nl

026-8448682 / 06-83675912

