



Provincie Noord-Brabant
REGIO WEST BRABANT

PRESTATIEONDERZOEK WOENSDRECHT

- Deel II : Gemeente rapport -

Inhoud

p. 3	Voorwoord 'Deel II Gemeenterapport'
p. 5	Begrippenlijst
p. 6	Conclusie Prestatieonderzoek Woensdrecht
p. 8	Gemeente Woensdrecht
p. 10	<i>Winkels en vrijetijdsvoorzieningen in Woensdrecht</i>
p. 14	<i>Koopstromen van en naar Woensdrecht</i>
p. 22	<i>De vrijetijdssector in Woensdrecht</i>
p. 24	Overzicht 'let op!'
p. 27	Bijlage 1. Bronnen
p. 28	Bijlage 2. Rabobank Koopstromenmonitor en Cijfers en Trends
p. 29	Bijlage 3. Branche-indeling (Locatus)
p. 31	Colofon

Voorwoord

Dit rapport wordt u aangeboden door de provincie Noord-Brabant, Ik Onderneem! en de Rabobank onder auspiciën van Platform De Nieuwe Winkelstraat. In dit rapport vindt u de uitkomsten van het prestatieonderzoek, inclusief koopstromen.

Het totale prestatieonderzoek bestaat uit 3 rapportages:

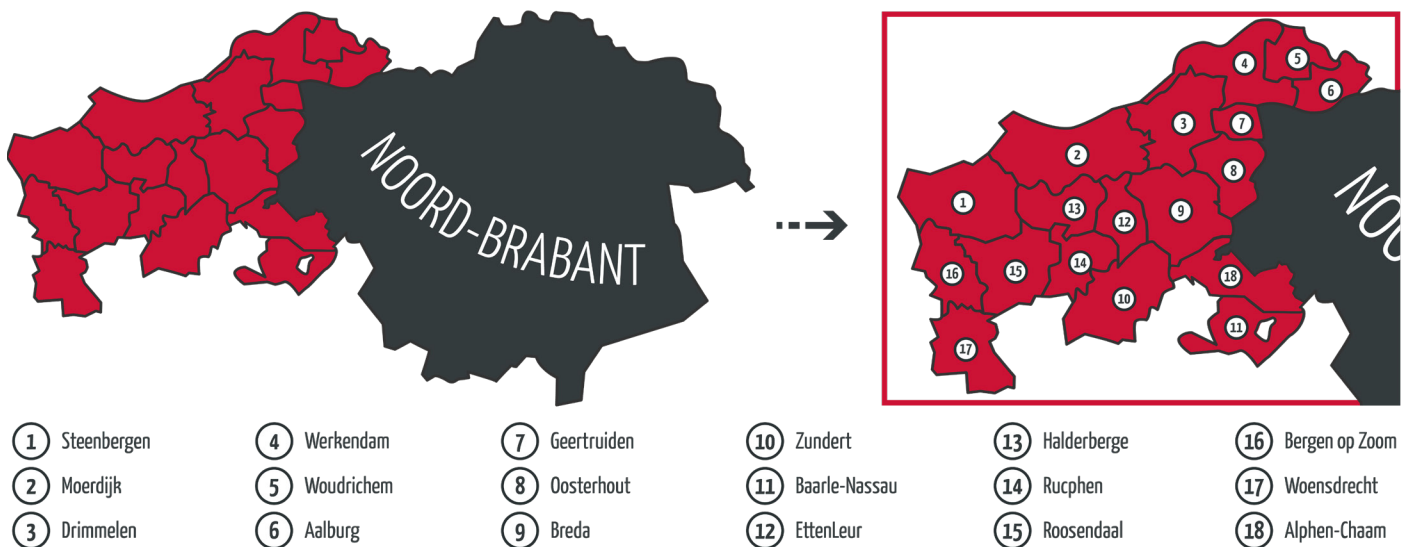
- Deel I - Regionaal rapport
- Deel II - Gemeente rapport
- Deel III - Maatwerk rapport

Al deze bestanden zijn te downloaden op ik-onderneem.nl/prestatieonderzoek en dan naar 'West Brabant'. Heeft uw gemeente voor maatwerk gekozen? Dan ontvangt u Deel III Maatwerk rapport per mail.

Voor u ligt deel II van het prestatieonderzoek; Deel II Gemeente rapport. Dit is de rapportage van de prestatie op gemeente niveau.

Voor wie levert het prestatieonderzoek relevante gegevens?

Dit prestatieonderzoek is uitgevoerd in de regio West Brabant, als een van de regio's van de provincie Noord-Brabant, en is bedoeld voor de gemeenten die samen met de stakeholders op regionaal en lokaal niveau willen werken aan compacte en toekomstbestendige winkelkernen. Stakeholders zijn: gemeente, vastgoed, ondernemers, bewoners, centrummanagement en andere betrokkenen.



Gemeenten regio West Brabant, 2019. Bron: Ik Onderneem!

Wat biedt het prestatieonderzoek?

Dit prestatieonderzoek biedt:

1. Inzicht in het economisch functioneren van detailhandel, Retail en Leisure in een gemeente.
2. Inzicht in acties die nodig zijn in de winkelgebieden, dorpskernen en centra in de regio.

Opbouw rapport

In deze gemeenterapportage zijn de gemeentegrenzen bepalend voor de gebiedsafbakening, dus niet de onderliggende wijken, centra, kernen. Wel kan worden verwezen naar de verschillende concentraties binnen de gemeente. Dit rapport is zo opgebouwd dat het achtereenvolgens in gaat op de structuur, de prestatie en de aantrekkingskracht van de detailhandel en de vrijetijdsector in de gemeente. Het rapport begint met een samenvatting van de aandachtspunten uit deze rapportage. Vervolgens vindt u in de

tekst van de rapportage let-opjes: tekstvakken waarin de aandachtspunten voor de gemeente worden benadrukt. Een overzicht van alle let-opjes vindt u aan het eind van dit rapport.

Tenslotte vindt u in de bijlage van dit rapport een opsomming van de gebruikte gegevensbronnen, een korte beschrijving van de Rabobank Koopstromenmonitor en Rabobank Cijfers en Trends en een overzicht van de branche indelingen.

Van inzicht naar actie

Na het lezen van het rapport hopen wij dat u meer inzicht heeft en heldere aanknopingspunten om mee aan de slag te gaan in uw detailhandelsbeleid en de keuzes die daarbij horen. Wij willen ook van harte aanbevelen om deze informatie beschikbaar te stellen voor ALLE stakeholders in uw gemeente opdat u gezamenlijk deze uitdaging kunt oppakken.

Niet alleen ondernemers maar ook gemeenten hebben kennis nodig om te kunnen inspelen op de veranderende omstandigheden. De prestaties van de winkelgebieden geven inzicht in hoe de gemeenten zich tot elkaar verhouden en welke gebieden en sectoren krachtig of juist zwak zijn. Dan is focus mogelijk en zijn keuzes te maken voor korte en lange termijn. Vervolgens moet dit tot een gezamenlijke koers leiden van lokale overheden, ondernemers, vastgoedeigenaren en financiers, die lokaal wordt uitgezet.



Begrippenlijst

De belangrijkste begrippen uit het rapport met hun definities treft u hieronder aan:

- **Stadsgewest**
Een centrale stad met de er omheen liggende gemeenten. Een stadsgewest is een functionele eenheid.
- **Koopkracht afvloeiing**
Dat deel van de bestedingen dat wordt besteedt door de consument buiten de eigen gemeenten. De koopkrachtafvloeiing wordt berekend vanuit de portemonnee van de consument.
- **Koopkrachtbinding**
Dat deel van de bestedingen van de inwoners dat in de eigen gemeente terecht komt. De koopkrachtbinding wordt berekend vanuit de portemonnee van de consument.
- **Koopkracht toevloeiing**
Dat deel van de omzet dat niet van de inwoner van de eigen gemeente komt maar van buiten. De koopkracht toevloeiing wordt vastgesteld vanuit de kassa van de ondernemer.
- **Koopkracht afhankelijkheid**
Hoe groot de afhankelijkheid van de ondernemer (de kassa) van de eigen inwoner is. Dit wordt gemeten vanuit de kassa van de ondernemer
- **Huishoudensverduunning**
Vermindering van het aantal personen per huishouden.
- **Leisure**
Vrijtijdsbesteding voor de consument waarin de ondernemers zijn onder te verdelen in cafés, restaurants, verblijfsrecreatie, cultuur en dag recreatie.
- **Leegstand**
Gedefinieerd als een winkelpand zonder economische activiteit, dat op het moment van bezoek te huur/te koop, verhuurd/verkocht, rijp voor de sloop is of waar en verbouwing plaatsvindt.
- **Verkooppunten**
Een verkooppunt is de belangrijkste economische activiteit op een uniek adres. Hierbij is sprake van eigen personeel, eigen kassa en winkelverkoopvloeroppervlakte. De meer gangbare benaming voor de combinatie van winkelunit en economische activiteit is winkel.
- **Winkelvloeroppervlak**
Het winkelvloeroppervlak heeft betrekking op alle overdekte, voor de consument toegankelijke en zichtbare ruimten van een winkel. Dit is de (zichtbare) ruimte achter de toonbank en de etalage, maar bijvoorbeeld niet de personeelsruimten, magazijnen en buitenverkoop. Het winkelvloeroppervlak wordt alleen voor de detailhandel bijgehouden, niet voor leisure en diensten.

Conclusie Prestatieonderzoek Woensdrecht

Hieronder vindt u de conclusies van het prestatie onderzoek van uw gemeente.

Algemeen

- De rol van de detailhandel en de vrijetijdssector in de economie van Woensdrecht komt overeen met het aandeel dat deze sectoren in Nederland hebben. In vergelijking met de bevolkingsomvang is het aantal winkels en horecagelegenheden echter klein in Woensdrecht.

Kassa van de ondernemer

- Woensdrecht kent ten opzichte van gemeenten van vergelijkbare omvang een lage koopkracht-toevloeiing. Een relatief groot deel van de winkelomzet in Woensdrecht is afkomstig van de lokale consument. Met name de plaats Hoogerheide vervult voor de directe omgeving de functie van een 'voorzieningencentrum'.
- De koopkrachttoevloeiing in Woensdrecht is mogelijk groter dan hier wordt voorgesteld. De bestedingen door Belgische consumenten ontbreken in de data. Op basis van onderzoeken gebaseerd op enquêtes die een schatting van de grootte van de toevloeiing uit het buitenland geven, is de verwachte toevloeiing uit het buitenland voor een gemeente van de omvang van Woensdrecht minder dan 10 procent van de totale omzet.

Kracht/aandeel aanbod

- De ruimtelijke structuur van het winkelaanbod in Woensdrecht is voor een deel goed, maar voor een deel ook niet. Het winkelbestand ligt sterk verspreid over de kernen in de gemeente. Daarnaast is de winkeldichtheid laag.
- Het winkelbestand van Woensdrecht is gevarieerd. Het aandeel van de branchegroepen mode, luxe en vrijetijdsartikelen is echter relatief klein.

Portemonnee van de inwoner

- De koopkrachtbinding in Woensdrecht is groter dan gemiddeld voor gemeenten van vergelijkbare omvang. Er vloeit relatief weinig koopkracht af. De inwoners van Woensdrecht geven een relatief klein deel van het bedrag dat zij in winkels besteden uit in andere gemeenten. Dit is gunstig voor de lokale detailhandel.
- De lokale afzetmarkt in Woensdrecht is relatief groot. Het aantal inwoners per winkel in Woensdrecht is groot. Echter is de bevolking van Woensdrecht sterk vergrijsd en zal het inwonertal van Woensdrecht de komende jaren afnemen. Hierdoor komen de huidige omvang en samenstelling van de detailhandel onder druk te staan.

Prestatie

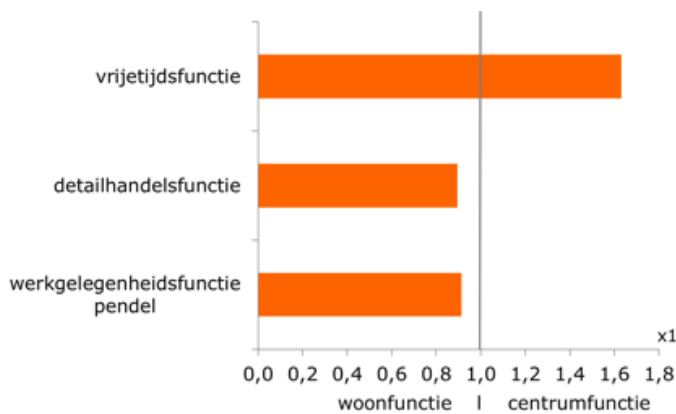
- De detailhandel in Woensdrecht staat ook nu al stevig onder druk. Hoewel de omzet per winkel en per m² winkelvloeroppervlak in de detailhandel in Woensdrecht hoger is dan gemiddeld, bestaat er een fors overschot aan winkelvloeroppervlak van 41 procent. Dit is hoofdzakelijk te wijten aan de minder goede prestaties van de dagelijkse detailhandel. In vergelijking met de door Panteia opgestelde normomzet per m² winkeloppervlak voor 2014 zou er in de dagelijkse detailhandel een overschot zijn van 68 procent, terwijl in de niet-dagelijkse detailhandel sprake was van een tekort van 1 procent.
- Bovendien is het aantal medewerkers per winkel relatief groot. Hierdoor zouden de (personeels-) kosten per winkel relatief hoog kunnen zijn.

- De leegstand van verkooppunten in Woensdrecht is fors. Het aantal winkels nam de afgelopen jaren weliswaar flink af, maar het aantal verkooppunten niet. Hierdoor is de leegstand gestaag toegenomen. De leegstand is het grootst in Huijbergen en Putte.
- De financiële prestatie van de vrijetijdssector in Woensdrecht is minder goed dan gemiddeld. Dat geldt zowel voor de omzet per vestiging als voor de omzet per m². De sector is relatief klein en heeft hoofdzakelijk een lokaal verzorgende functie. De koopkrachtbinding van lokale consumenten is fors.

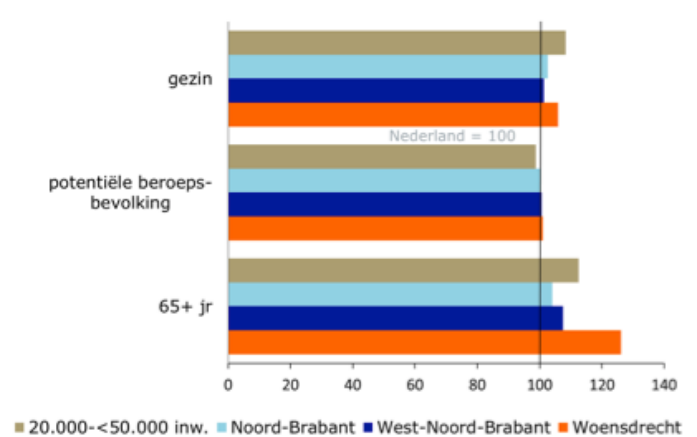
Gemeente Woensdrecht

Woensdrecht van groei naar krimp

Woensdrecht telt bijna 22.000 inwoners, ruim 1.500 bedrijven en instellingen en ruim 9.300 banen (CBS, LISA, 2016). Het inkomende woon-werkverkeer is kleiner dan het uitgaande en de koopkrachttoevloeiing in de detailhandel is kleiner dan de koopkrachtafvloueiing naar andere gemeenten. Dit duidt erop dat Woensdrecht geen werkgelegenheids- en voorzieningencentrum is, maar voornamelijk een woonfunctie vervult (figuur 14). De afgelopen jaren is de woonfunctie bovendien sterker geworden. De afgelopen jaren is de werkgelegenheid in de gemeente fors afgenomen, maar het aantal banen in de horeca en detailhandel is wel gegroeid. Niet alleen de economische groei blijft achter, maar ook de demografische groei. Het aandeel van gezinnen is in Woensdrecht weliswaar fors, maar de bevolking is sterker vergrijsd dan gemiddeld in West-Brabant en Nederland (figuur 15). Mede hierdoor staat Woensdrecht aan de vooravond van een omslag in de bevolkingsontwikkeling en de bevolkingssamenstelling. In het komende decennium zal het aantal ouderen in Woensdrecht verder toenemen, terwijl het inwonertal van de gemeente fors zal afnemen.



Figuur 14. Functie van Woensdrecht in de economie, 2014/2016. Bron: LISA, Rabobank

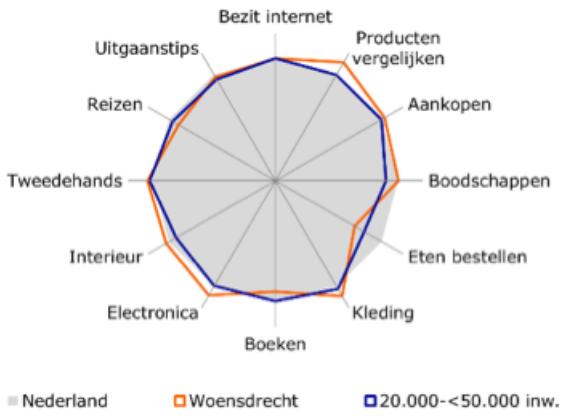


Figuur 15. Bevolkings- en huishoudenssamenstelling, 2016. Bron: CBS

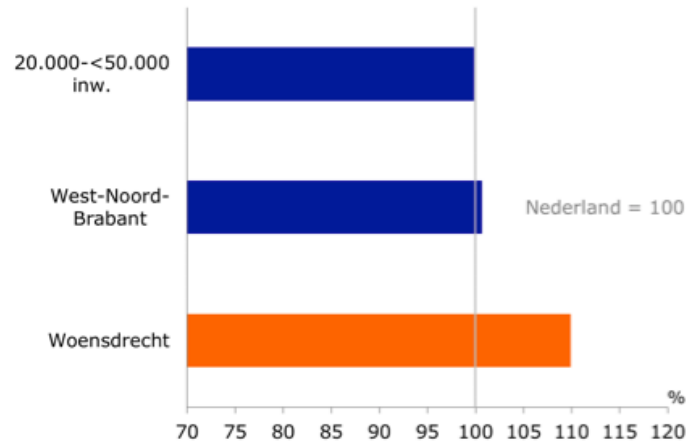
Let op: een verandering in bevolking vraagt om een verandering in aanbod en benadering. Woensdrecht moet rekening houden met een afname van de lokale afzetmarkt door de vergrijzing. Ook de regionale afzetmarkt groeit niet. Zowel branchering (aanbod) als klantbenadering (aanspreken en bedienen van de klant) vraagt aanpassing om deze verandering het hoofd te bieden. Kies voor een passend winkelaanbod (gezinnen vinden andere dingen belangrijk bij het doen van aankopen dan ouderen) en houd rekening met andere functies in het winkelgebied in de toekomst (sociale meerwaarde).

Forse internetuitdaging voor Woensdrecht

Behalve met deze demografische trends moet de winkelier ook rekening houden met internet als opkomend distributiekanaal. Over het algemeen maakt in stedelijke gebieden een groter deel van de huishoudens gebruik van internet voor aankopen dan in landelijke gebieden. In het landelijke Woensdrecht maakt een relatief groot deel van de bevolking gebruik van internet voor de aankoop van kleding, elektronica, interieur en boodschappen (figuur 16). De frequentie van de internetaankopen in Woensdrecht is eveneens relatief hoog (figuur 17). Het internet is dus een forse bedreiging voor de detailhandel in Woensdrecht.



Figuur 16. Aandeel van huishoudens dat aankopen doet via internet, 2017. Bron: EDM



Figuur 17. Frequentie van aankopen via internet, 2017. Bron: EDM

Let op: de branches waar lokaal geen of weinig aanbod in is zal zijn weg via internet wel vinden. Het is van groot belang dat in de branches waar wel afdoende aanbod lokaal is, de afvloeiing naar internet wordt beperkt. Dit vraagt van de zittende bedrijven een goede positionering. Niet in producten of prijs, maar in het bieden van toegevoegde waarde door lokale ondernemers; dichtbij, combinatie in aanbod, direct voor handen, persoonlijk met kunde en ervaring. Met een vergrijzende bevolking is dit nog belangrijker. ‘Laagste prijs’ of ‘koopjes’ maken plaats voor advies, vertrouwen en gemak. De gunfactor is voor het bedrijf en de mensen in plaats van voor de producten, deze laatste moeten uiteraard goed zijn. Inzet op bezorgservices vanuit de kernen helpt het behoud van bestedingen en kan leiden tot nieuwe klanten die lokaal aanbod gaan waarderen.

Winkels en vrijetijdsvoorzieningen in Woensdrecht

Detailhandel en horeca in Woensdrecht

De detailhandel in Woensdrecht was in 2016 met 160 winkels goed voor 1.120 banen, de 60 horecagelegenheden voor 430 banen (LISA, Locatus). Het aandeel van de detailhandel in de werkgelegenheid is in Woensdrecht relatief groot, maar het aandeel van de horeca is juist kleiner dan gemiddeld. Winkels zijn gemeten in aantal werkzame personen dan ook groot, terwijl de horecagelegenheden gemiddeld van omvang zijn (figuur 18).

Redelijk goede omstandigheden voor de detailhandel in Woensdrecht

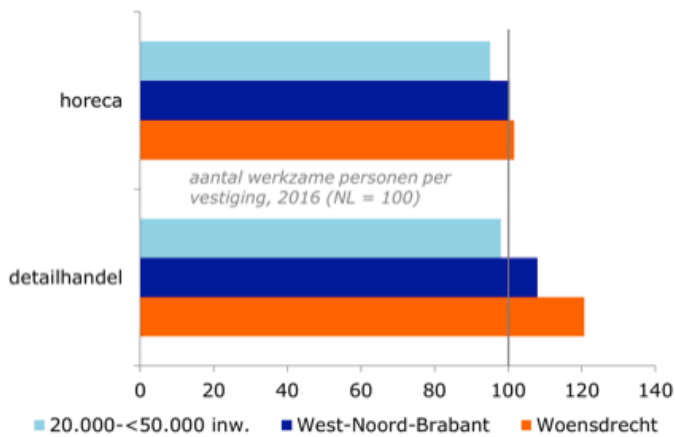
Waar liggen kansen en bedreigingen voor een toekomstbestendige opbouw van het aanbod? Waar kan beleid op aangepast worden en waar kunnen projecten voor ontwikkeld worden? De omstandigheden die er zijn, of gecreëerd kunnen worden zijn maatgevend in de kansen om te vestigen (invulling leegstand), te groeien, te krimpen etc.

De omvang van de omzet en de mogelijkheid om een goede omzet te genereren is afhankelijk van verschillende factoren. In dit onderzoek gebruiken we zes ruimtelijke factoren om te bepalen hoe de omstandigheden zijn om als winkel of horeca een goede omzet te kunnen genereren.

1. Winkeldichtheid: hoe hoger de dichtheid, (aantal meters winkelaanbod op het totaal aantal meters bebouwing), des te sterker de trekkracht op bestedingen.
2. Concentratie van horeca en winkels: hoe dichter het aanbod 'bij elkaar' ligt, des te sterker dit is.
3. Specialisatiegraad (variatie winkelaanbod): dit wordt gemeten aan de hand van het aandeel van de vijf branchegroepen dagelijkse artikelen, mode & luxeartikelen, vrijetijdsartikelen, artikelen voor in of om huis en overige artikelen.
4. Koopkrachtafvloeiing: hoeveel koopkracht vloeit er weg uit je kern, ben je in staat bestedingen te binden?
5. Aanbod per inwoner: aantal winkels er per 1.000 inwoners.
6. Omvang ommeland: ligging van de kern in de Nederlandse afzetmarkt.

Sommige factoren zijn beïnvloedbaar door gemeentelijk beleid (1-3), andere factoren zijn de effecten van het gemeentelijk beleid (4-5) of zijn niet beïnvloedbaar (6).

De omstandigheden voor de detailhandel in Woensdrecht zijn voor een deel gunstig en voor een deel minder gunstig¹ (figuur 19). Het aantal winkels per inwoner in Woensdrecht is klein, het winkelbestand is gevarieerder dan gemiddeld en de koopkrachtafvloeiing –voor zover deze op Nederland betrekking heeft– is klein. Nadelig zijn echter de lage winkeldichtheid en de sterke spreiding van het winkelbestand.



Figuur 18. Aantal werkzame personen per vestiging, 2016 Bron: LISA



Figuur 19. Factoren die van invloed zijn op de omvang van de winkelomzet per gemeente, 2014. Bron: CBS, Locatus, Rabobank; bewerking Rabobank

Let op: Woensdrecht scoort gunstig op het aantal winkels per inwoner. Kort gezegd; weinig winkels per inwoner betekent dat er meer euro's te verdelen zijn over minder winkels. Dan moet je die euro's wel aan je binden. Er is een gevarieerd aanbod maar dit is sterk verspreid. De grote uitdaging voor Woensdrecht is dus het concentreren van het winkelaanbod en het binden van de eigen inwoner.

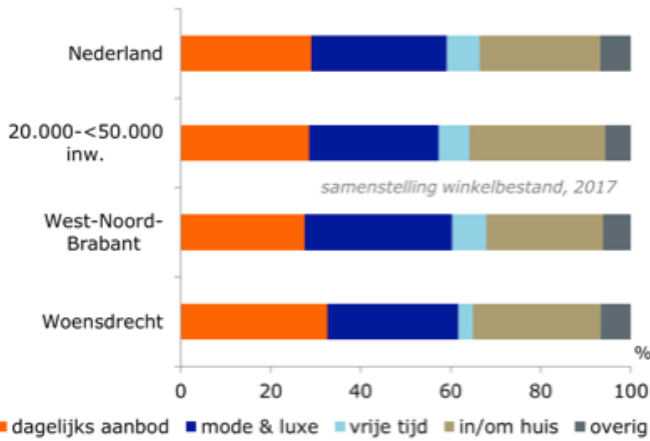
Hoe meer divers het aanbod en hoe geconcentreerder het aanbod, hoe aantrekkelijker het winkelgebied is (figuur 1, Deel I Regionaal rapport). Zorg voor een compact centrum met weinig verspreide bewinkeling.

De omstandigheden om omzet te kunnen genereren zijn de basis voor een gezond winkel (en horeca) aanbod. Deze analyse is erg belangrijk voor de strategie die ondernemers, gemeente en overheid dienen te kiezen. Woensdrecht dient een visie op de toekomst te hebben die antwoord geeft op de afname in koopkracht zonder aan bestaande kracht in te boeten. Dit vraagt innovatie en samenwerking tussen ondernemers, vastgoed en gemeente.

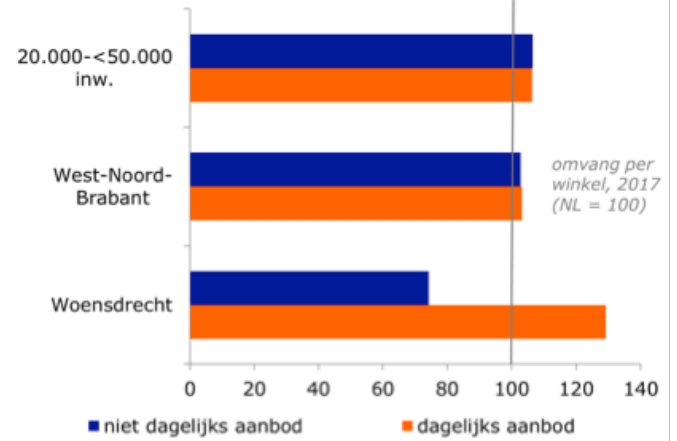
Lokaal verzorgende functie detailhandel in Woensdrecht

De functie die Woensdrecht op winkelgebied voor zijn omgeving vervult, komt tot uiting in de omvang en de samenstelling van het winkelaanbod in de gemeente en in de gemiddelde winkelomvang. Woensdrecht telt relatief veel inwoners per winkel. Dat duidt erop dat de detailhandel in Woensdrecht met name de lokale consument bedient en in mindere mate is gericht op consumenten die buiten de gemeente wonen. Het aandeel van winkels voor dagelijkse artikelen is relatief groot, terwijl het aandeel van de vier niet-dagelijkse branchegroepen juist klein is (figuur 20). Winkels in artikelen waarvoor consumenten doorgaans bereid zijn zich veel moeite te getroosten, maken in Woensdrecht dus een klein deel uit van het detailhandelsaanbod. Met name de branchegroepen die het 'winkelkarakter' van een kern bepalen –mode en luxeartikelen en vrijetijdsartikelen– hebben in Woensdrecht een zeer klein aandeel in het winkelaanbod. Winkels met niet-dagelijks aanbod zijn bovendien relatief klein qua oppervlakte. Winkels met een dagelijks aanbod in Woensdrecht zijn juist zeer groot in oppervlakte. Dit wordt mogelijk veroorzaakt door het grote aantal supermarkten, die voor een (belangrijk) deel gericht zijn op het bedienen van consumenten uit België. Concluderend heeft Woensdrecht door omvang en branchering van het winkelbestand en de geringe gemiddelde omvang van het niet-dagelijkse winkelaanbod met name het profiel van een 'boodschappencentrum' en niet van een 'winkelkern'.

¹ Het grijze vlak in deze figuur geeft het gemiddelde weer voor alle Nederlandse gemeenten. Als een factor in een gemeente minder gunstig is, bevindt de waarde zich binnen dit grijze gebied. Als de waarde voor die gemeente echter gunstiger is dan gemiddeld, bevindt zij zich buiten het grijze gebied.



Figuur 20. Samenstelling winkelbestand, 2017. Bron: Locatus



Figuur 21. WVO per winkel, 2017. Bron: Locatus

Let op: de detailhandel in Woensdrecht bedient met name de eigen inwoner en de samenstelling van het winkelbestand past bij dat van een boodschappencentrum. Om in de toekomst een sterke positie te behouden is het belangrijk om te richten op de eigen inwoner (denk aan loyaliteitsprogramma en lokale diensten/services). Het is ook een herbevestiging van voorgaande punten: concentreer het winkelaanbod, hiermee versterk je het bestaande aanbod. Een goede visie over wat centrum is en wat niet-centrum is, is daarbij essentieel.

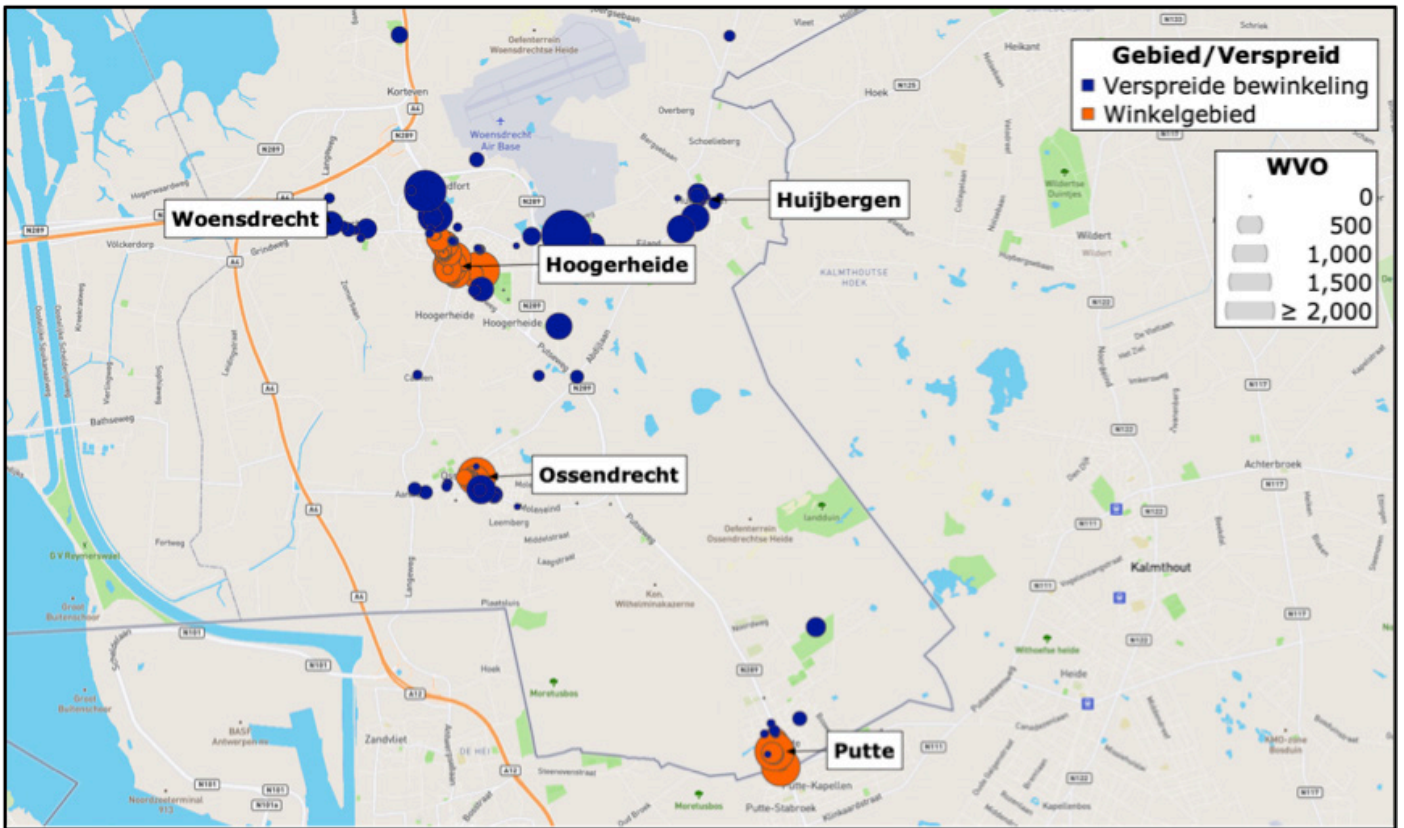
Winkelbestand sterk verspreid over de kernen Hoogerheide, Ossendrecht en Putte

Het winkelbestand in Woensdrecht is verspreid over de kernen Hoogerheide, Ossendrecht en Putte. Ongeveer 50 procent van het winkelbestand en 55 procent van het vloeroppervlak bevindt zich in Hoogerheide. Putte is goed voor ongeveer 20 procent van de verkooppunten en het winkelvloeroppervlak. In Ossendrecht bevindt zich eveneens 20 procent van de verkooppunten, maar slechts 12 procent van het winkelvloeroppervlak. De rest van het winkelaanbod bevindt zich in Woensdrecht en Huijbergen (figuur 22).

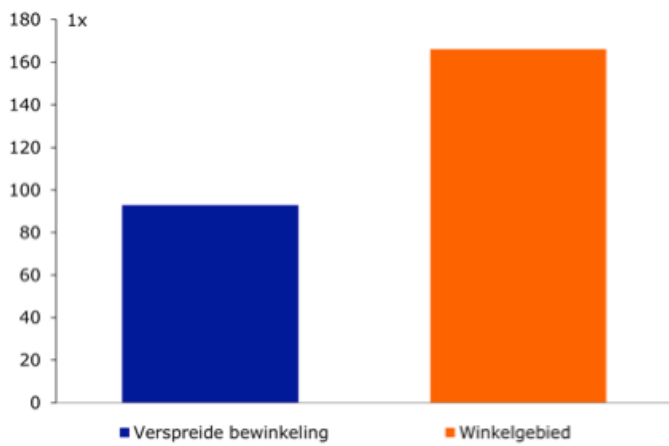
Een aanzienlijk deel van het winkelbestand in de gemeente heeft het karakter van ‘verspreide bewinkeling’. Meer dan een derde van de verkooppunten en het winkelvloeroppervlak in deze kernen bevindt zich buiten de winkelgebieden (figuren 23 en 24). Ook Hoogerheide vervult echter meer de functie van een boodschappencentrum dan een ‘winkelkern’. De branchegroepen mode & luxeartikelen en vrijetijdsartikelen nemen hier slechts 14 procent van het winkelvloeroppervlak voor hun rekening.

Let op: het aanbod in de gemeente Woensdrecht kent een spreiding over 5 kernen. De winkelstraten zijn typische langgerekte winkelstraten met veel woningen ertussen. Dit is waarschijnlijk in de loop van de jaren zo gegroeid. Dit is echter niet wenselijk. Aaneengesloten bewinkeling trekt bestedingen (andersom niet). Voor het behoud van bestaand aanbod in de kernen is het raadzaam om het verspreide aanbod buiten de kernen terug te brengen. Dat vraagt scherpe keuzes en lef om door te pakken.

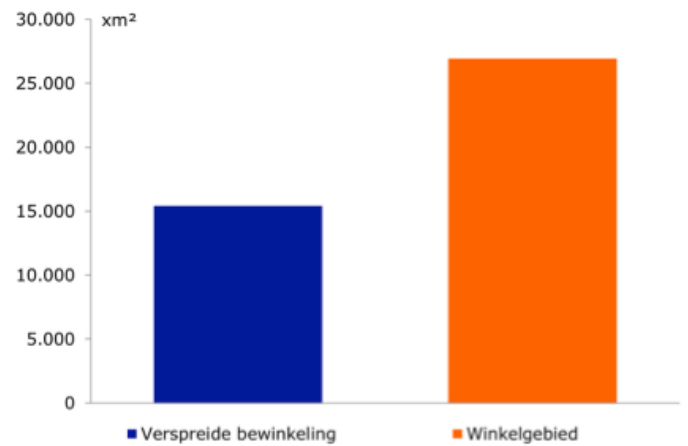
Zorg voor een duidelijke detailhandelsvisie die het in de toekomst mogelijk maakt gegronde keuzes te maken om op plekken wel of juist geen detailhandel/horeca toe te staan. Probeer ook leegstand in de kernen zo veel mogelijk op te vullen door winkels buiten de kernen te verhuizen. Juist in het dagelijks aanbod ontstaat er combinatiebezoek tussen supermarkt en overige dagelijkse boodschappen (drogist, vers e.d.) als dit in de directe omgeving van elkaar bevindt (binnen 50 meter), dus wanneer het aaneengesloten en geconcentreerde bewinkeling betreft.



Figuur 22. Spreiding winkelbestand Woensdrecht, 2016. Bron: Locatus



Figuur 23. Concentratie en spreiding van verkooppunten in Woensdrecht, 2014. Bron: Locatus



Figuur 24. Concentratie en spreiding van winkelvloeroppervlak in Woensdrecht, 2014. Bron: Locatus

Koopstromen van en naar Woensdrecht

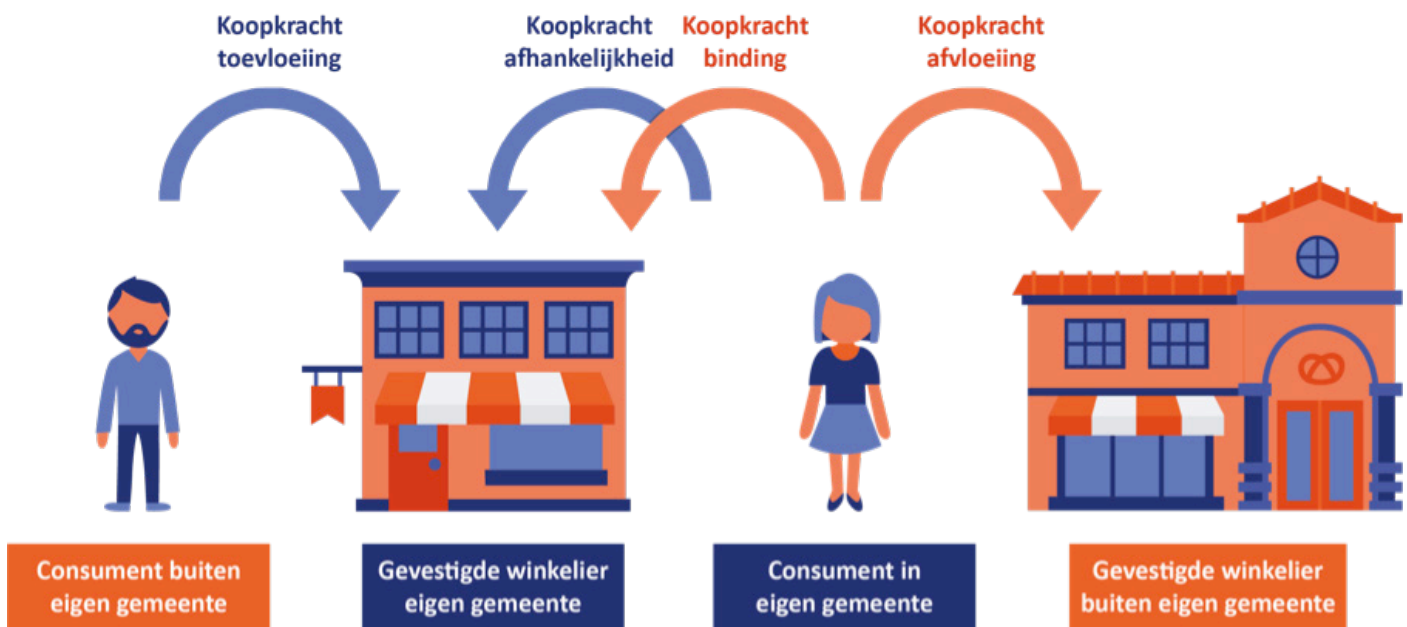
Koopkrachtbinding, -afhankelijkheid, -afvloeiing en -toevloeiing

Koopstromen geven inzicht in de herkomst van de winkelomzet en de ruimtelijke oriëntatie van consumenten. Je kijkt als het ware in de portemonnee van de consumenten. Van de € 100,- besteden zij een deel in de eigen gemeente/gebied (koopkrachtbinding). En de rest besteden ze elders (koopkrachtafvloeiing). Het is dan natuurlijk interessant om te kijken waar de inwoner dan besteedt en welke gemeenten de bestedingen van deze inwoner ontvangen. Dit kan per sector verschillen, daarom is er onderscheid gemaakt in de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse sector.

In gangbare koopstromenonderzoeken wordt over het bestedingsgedrag via enquêtes inzichten gevraagd. De big-data heeft de unieke kans om in de kassa van de ondernemer te kijken. Waar komt de omzet vandaan? Komt deze van de eigen inwoner (afhankelijkheid) of komt deze van buiten de eigen plaats (koopkrachttoevloeiing)?

Koopstromen is het gedrag van mensen. Dit verandert in de loop der tijd niet snel, tenzij er een grote wijziging in aanbod of verbinding is. Zowel big-data (geschiedenis in Rabobank data) als reguliere koopstromenonderzoeken leren dat in de loop der jaren de herkomst en bestemming slechts marginaal verandert. Dit geldt overigens niet bij een grote verandering in het aanbod. Vanuit de bestaande herkomsten bestemming kan echter makkelijk de invloed van nieuw aanbod worden voorspeld en het effect op bestaande koopstromen.

In figuur 25 worden de termen die we gebruiken om de koopstromen te beschrijven schematisch weer gegeven. De koopkrachtbinding is belangrijk voor de hoogte van de omzet van de detailhandel in een gemeente. Bestedingen die een consument buiten zijn woonplaats doet (koopkrachtafvloeiing) gaan immers ten koste van de omzet van de lokale detailhandel. Omgekeerd komen bestedingen van inwoners van andere gemeenten (koopkrachttoevloeiing) juist ten goede aan de omzet van de detailhandel in een gemeente. Koopkracht afhankelijkheid geeft aan hoe belangrijk de consument in de eigen gemeente (eigen inwoner) is voor de kassa van de ondernemer.



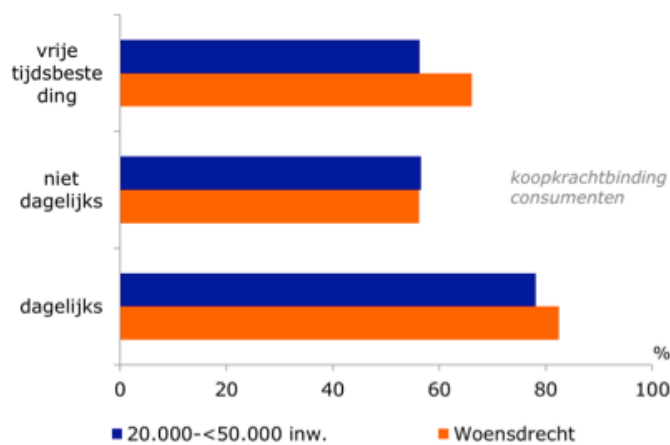
Figuur 25. Koopkrachtbinding, -afhankelijkheid, -afvloeiing en -toevloeiing. Bron: Ik Ondernem!

Koopkrachtbinding, -afhankelijkheid, -afvloeiing en -toevloeiing in Woensdrecht

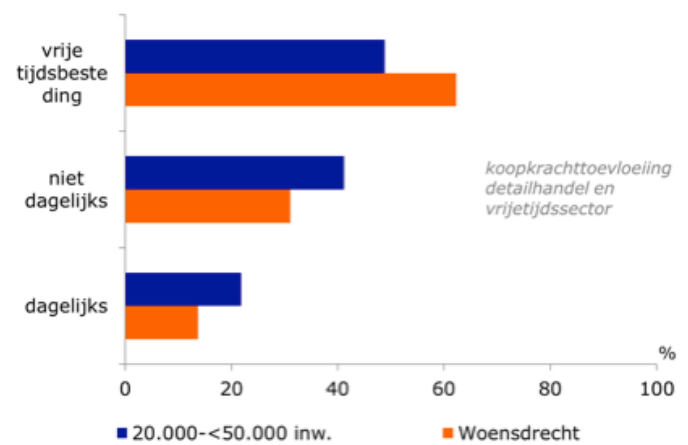
De koopkrachtbinding van consumenten in Woensdrecht is vergelijkbaar met die in gemeenten van vergelijkbare omvang (figuur 26). De afvloeiing van koopkracht uit Woensdrecht bevindt zich dus eveneens op het gebruikelijke niveau. De koopkrachttoevloeiing naar Woensdrecht is echter klein. Lokale consumenten zijn hierom van groot belang voor de detailhandel in Woensdrecht (figuur 27).

Lezen van grafiek 26: Wanneer de inwoner niet lokaal besteedt (binding) besteedt zij ergens anders (afvloeiing). In de grafiek geeft de balk de mate van binding aan. De afvloeiing is dus het deel tussen 100% en de binding.

Lezen van grafiek 27: De kassa van de ondernemer wordt gevuld door lokale bestedingen (afhankelijkheid). Gemiddeld in Nederland is de ondernemer grotendeels afhankelijk van de lokale bestedingen, de kurk waar zij op drijft. Wanneer de omzet niet van lokale bestedingen komt, komt die dus van elders (toevloeiing). In de grafiek geeft de balk de toevloeiing aan. De afhankelijkheid is het deel tussen 100% en de toevloeiing.



Figuur 26. Koopkrachtbinding consumenten, 2014. Bron: Rabobank



Figuur 27. Koopkrachttoevloeiing detailhandel en vrijetijdssector, 2014. Bron: Rabobank

Let op: *Dagelijkse boodschappen: de binding van de bestedingen is sterk. Dit past ook bij een boodschappencentrum als Woensdrecht. Woensdrecht moet het dus hebben van de eigen inwoner, dit is overwegend de kurk waar een gebied op drijft. Dit laat de kassa van de ondernemer ook zien. Zij is voor meer dan 80% afhankelijk van de lokale besteding, meer dan de benchmark (blauwe balk). Het behouden van deze bestedingen en het versterken hiervan is cruciaal voor de toekomst van Woensdrecht.*

Overigens is in deze cijfers de Belgische consument niet meegenomen. Dit kan echter wel invloed hebben op de cijfers. Tegelijkertijd zien wij in andere gebieden aan de grens dat het percentage Belgische bestedingen ten opzichte van lokale bestedingen slechts marginaal is. Ons advies is om je te richten op de grootste groep besteders, de eigen inwoner.

Niet-dagelijkse boodschappen: De binding is met 55% gemiddeld. Toch is de afhankelijkheid in deze sector wel 70%, iets hoger dan gemiddeld. De inwoner is minder bereid lokaal te kopen ten opzichte van de benchmark, terwijl de ondernemers daar wel grotendeels afhankelijk van zijn. Dit is een aandachtspunt voor Woensdrecht.

Buitenlandse bestedingen in Woensdrecht

De koopkrachttoevloeiing wordt hier mogelijk te laag voorgesteld. De bestedingen door Belgische consumenten zijn niet in de gegevens opgenomen. Woensdrecht ligt aan de Belgische grens en is goed bereikbaar voor de Belgische consument (figuur 28). Hierom zou gerekend kunnen worden met een toevloeiing uit België van 9 procent van de omzet (figuur 29). Ook in dit geval zou de toevloeiing naar Woensdrecht echter niet boven het gemiddelde voor gemeenten van vergelijkbare omvang uitkomen. De afvloeiing van koopkracht uit Woensdrecht naar België zal naar verwachting relatief klein zijn. Over het algemeen is de koopkrachtafvloeiing naar België kleiner dan de toevloeiing naar Nederland (I & O Research, 2016).

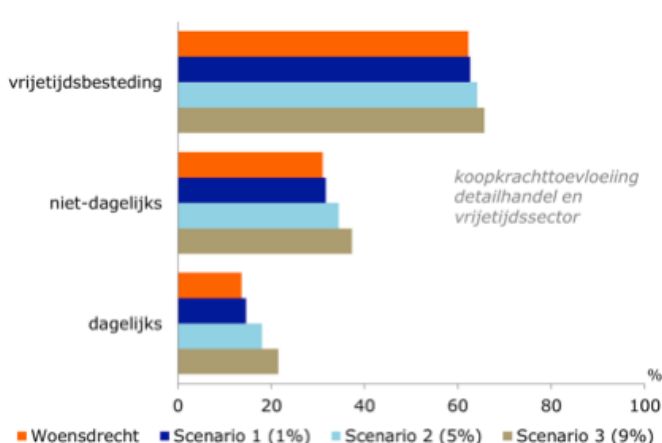
Let op: de kans dat er Belgische bestedingen moeten worden meegerekend in Woensdrecht is er. Of dit inderdaad ook de volle 9 procent is, zal vanuit een grensoverschrijdend onderzoek kunnen worden vastgesteld.

Het inzicht in de Belgische bestedingen is natuurlijk mooi, maar alleen wat waard wanneer je van plan bent iets met die inzichten te gaan doen. Het grote aantal supermarkten in Woensdrecht kan waarschijnlijk niet enkel bestaan van de inwoners van Woensdrecht (ongeveer 5000 inwoners per supermarkt is nodig voor voldoende omzet). De Belgische consument is dus van waarde, dit is ook zonder onderzoek vast te stellen.

De detailhandel in Woensdrecht kan deze kennis omzetten naar (marketing) acties richting de Belgische consument. Niet-dagelijkse detailhandel kan de verbinding proberen te maken met de dagelijkse detailhandel die al meer Belgen trekt om 'mee te profiteren'.



Figuur 28. Koopkrachtafvloeiing uit Woensdrecht - dagelijkse artikelen, 2014. Bron: MapInfo



Figuur 29. Koopkrachttoevloeiing detailhandel en vrijetijdsector (berekend), 2014. Bron: Rabobank

Waar besteedt de inwoner uit Woensdrecht?

Consumenten uit Woensdrecht besteden 83 procent van hun budget voor dagelijkse artikelen in Woensdrecht zelf. Voor niet-dagelijkse artikelen is de koopkrachtbinding 56 procent. De koopkrachtafvloeiing uit Woensdrecht bedraagt dus respectievelijk 17 en 44 procent. Deze is voor een groot deel gericht op Bergen op Zoom (figuren 30 en 31).

Bergen op Zoom	12,0%
Roosendaal	1,5%
Breda	0,3%
Goes	0,3%

Figuur 30. Koopkrachtafvloeiing uit Woensdrecht - dagelijkse artikelen, 2014. Bron: Rabobank

Bergen op Zoom	20,6%
Roosendaal	4,3%
Oosterhout	2,3%
Breda	1,6%
Tholen	1,3%
Goes	1,1%
Uden	0,8%

Figuur 31. Koopkrachtafvloeiing uit Woensdrecht - niet-dagelijkse artikelen, 2014. Bron: Rabobank

Let op: voor de niet-dagelijkse en dagelijkse aankopen is Bergen op Zoom de belangrijkste alternatieve aankooplocatie voor mensen uit Woensdrecht.

Aan de andere kant trekt Woensdrecht ook bestedingen uit Bergen op Zoom. Er zijn dus inwoners van Bergen op Zoom die kiezen voor Woensdrecht, terwijl er inwoners van Woensdrecht voor Bergen op Zoom kiezen. Dit heeft alles met onderscheidend vermogen te maken. Woensdrecht kan bestedingen aantrekken, door zich te richten op klanttypes die specifiek op Woensdrecht georiënteerd zijn.

In detailhandelsbeleid is het ook goed om te beseffen dat keuzes die Bergen op Zoom maakt van invloed kunnen zijn op Woensdrecht en andersom. Goede regionale afstemming is wenselijk.

De prestatie van de detailhandel in Woensdrecht

Bergen op Zoom vormt eveneens een belangrijke afzetmarkt voor de detailhandel in Woensdrecht. Voor niet-dagelijkse artikelen hebben ook consumenten uit Roosendaal en Reimerswaal een behoorlijk aandeel in de omzet van de detailhandel in Woensdrecht (figuren 32 en 33).

Bergen op Zoom	5,3%
Reimerswaal	1,6%
Roosendaal	1,2%
Rotterdam	0,9%
Breda	0,5%
Moerdijk	0,4%
Tholen	0,3%

Figuur 32. Koopkrachttoevoeiing naar Woensdrecht - dagelijkse artikelen, 2014. Bron: Locatus, Rabobank

Bergen op Zoom	16,2%
Roosendaal	4,3%
Reimerswaal	3,0%
Tholen	1,1%
Steenbergen	0,7%
Vlissingen	0,6%
Goes	0,6%

Figuur 33. Koopkrachttoevoeiing naar Woensdrecht - niet-dagelijkse artikelen, 2014. Bron: Panteia, Rabobank

De prestaties van de detailhandel

Hoe presteert de detailhandel. Wordt er voldoende omzet gemaakt en kan een ondernemer een goede boterham verdienen? Het is cruciaal voor de toekomst van winkelconcentraties dat men winst kan maken. Wanneer men geen winst kan maken is er geen kans op opvolging of verkoop en is er geen kans om innovaties door te voeren of andere investeringen te doen. Innovaties zijn nodig in deze tijd van de veranderende consument en nieuwe concurrenten. Wanneer bestaand aanbod voldoende omzet genereert, is er ook meer kans voor nieuw te vestigen aanbod. Daarmee is het mogelijk om leegstand in te vullen. Wordt er (te) weinig omgezet, dan zal leegstand moeten worden opgelost door sloop, transformatie etc.

Wanneer (te) lage omzetten worden gegenereerd heeft dit gevolgen voor de ondernemer, maar ook voor de kern. Als er geen bedrijfsoverdracht met pensioen mogelijk is, leidt dit (op termijn) tot verborgen leegstand. Wanneer kunstmatige winst moet worden gemaakt, door bijvoorbeeld geen eigen huur te rekenen, niets af te schrijven of meewerkende familieleden niet op de loonlijst te zetten, is dit een groot verborgen, sociaal probleem. Dit is immers verborgen armoede die op een gegeven moment boven water komt.

Het is aan de ondernemer om te ondernemen, maar het is aan alle stakeholders om een centrum, of winkelconcentratie te creëren om te kunnen ondernemen.

De prestatie wordt gemeten in:

- de 'omzet per winkel'; hoeveel omzet maakt een winkel vestiging (ongeacht het formaat).
- de 'vloerproductiviteit'; hoeveel omzet wordt er per vierkante meter winkeloppervlak gemaakt.

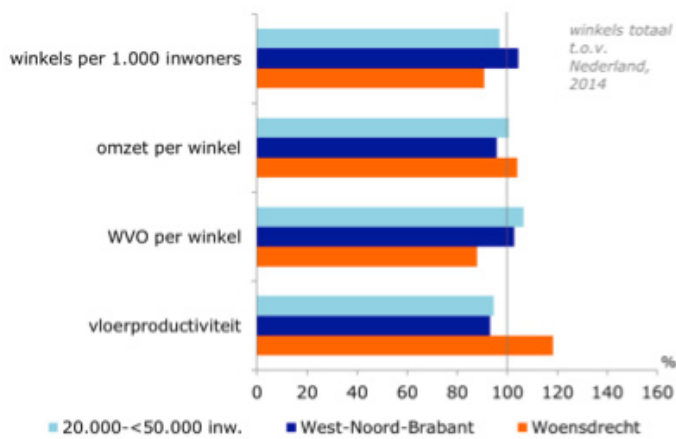
Kortom, wat levert een meter winkel op.

Er zijn landelijke normen die een gezonde situatie aangeven waarbij de combinatie tussen beide belangrijk is. Wanneer een bedrijf heel veel meters heeft, zal de vloerproductiviteit laag zijn. Dat is niet erg als de winkelomzet navenant hoog is, of een hoge marge per artikel.

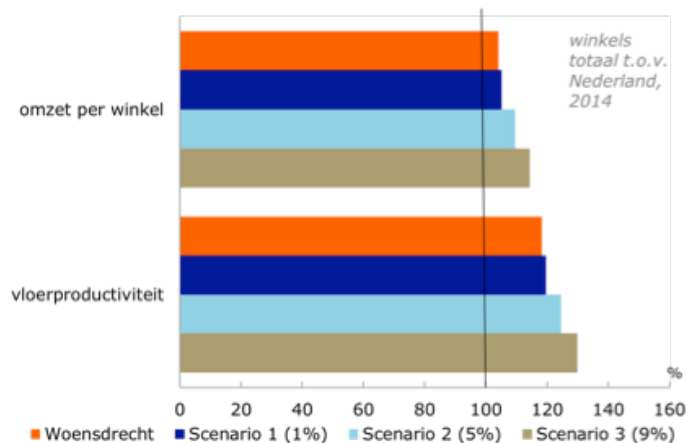
Een voorbeeld: zo heeft IKEA een heel groot oppervlak, dus de omzet gedeeld door het aantal meters zal laag zijn. De omzet van een IKEA vestiging is uiteraard hoog (ten opzichte van een kledingboetiek). Andersom werkt dit ook. Wanneer een winkel weinig omzet, is dat niet erg als dit een hoge omzet per meter genereert. Deze beide delen staan dus niet los van elkaar. De winkelomzet is voor de winkelier een cruciale indicator, de vloerproductiviteit voor de eigenaar van het winkelvastgoed.

Hoge winkelomzet en vloerproductiviteit in Woensdrecht

Woensdrecht beschikt in verhouding tot haar bevolkingsomvang over een klein aantal winkels (figuur 34). Het winkelbestand in de gemeente presteert dan ook beter dan gemiddeld in West-Brabant en Nederland. De omzet per winkel is hoog, evenals -de vloerproductiviteit- de omzet per m². De winkeliers hebben echter veel personeel in dienst. Dat zou er op kunnen wijzen dat ook de kosten per winkel hoog zijn. Door het ontbreken van de bestedingen door Belgische consumenten in de koopstromen worden winkelomzet en vloerproductiviteit hier mogelijk te laag voorgesteld. In het derde scenario, waarin de toevloeiing uit België goed is voor 9 procent van de omzet, zouden de omzet en de vloerproductiviteit ver boven het landelijke gemiddelde liggen (figuur 35).



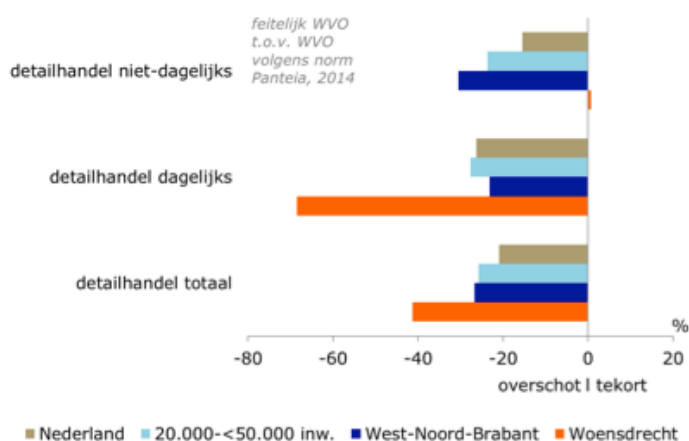
Figuur 34. Aantal winkels en winkelprestatie t.o.v. gemiddelde Nederland, 2014. Bron: Locatus, Rabobank



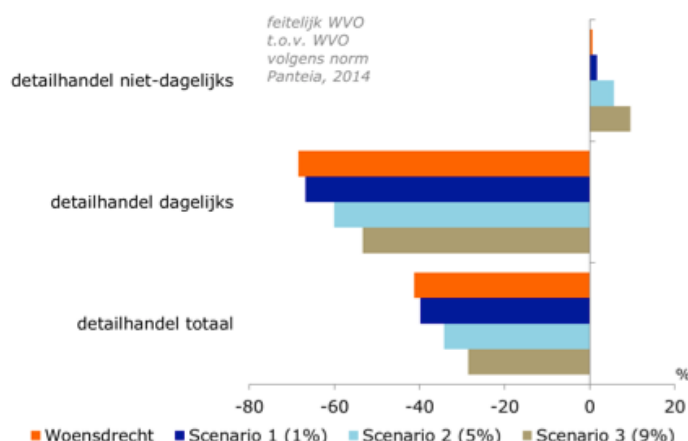
Figuur 35. Aantal winkels en winkelprestatie t.o.v. gemiddelde Nederland inclusief buitenlandse consumenten (berekend), 2014. Bron: Locatus, Rabobank

Fors overschot in de dagelijkse detailhandel

De detailhandel in ons land staat onder druk van veranderende consumentenvoorkeuren, concurrentie van buitenlandse ketens en de opkomst van internetverkopen. Voor een gezonde bedrijfsvoering zou het winkelbestand met naar schatting 30 procent moeten afnemen (Retailagenda, 2015). Panteia stelt voor een groot aantal organisaties de omzetkengetallen² op. Hieruit blijkt dat er een fors overschot is van ongeveer 20 procent voor de detailhandel exclusief inkomsten via internet (Panteia, 2016). De omzet per winkel en de vloerproductiviteit zijn relatief hoog in Woensdrecht. Desondanks wordt er voor de gemeente ten opzichte van de Panteia-norm een fors overschot aan winkelvloeroppervlak berekend. Dit bedroeg in 2014 41 procent van het totale winkelvloeroppervlak. Voor de dagelijkse detailhandel bedroeg het berekende overschot zelfs 68 procent, terwijl er voor de niet-dagelijkse detailhandel een tekort van 1 procent aan winkelvloeroppervlak werd berekend (figuur 36). Het meewegen van de mogelijke koopkrachttoevloeiing uit België volgens het derde scenario doet het overschot aan winkelvloeroppervlak in Woensdrecht weliswaar afnemen, maar niet verdwijnen (figuur 37).



Figuur 36. Overschot of tekort aan winkelvloeroppervlak t.o.v. vloerproductiviteit volgens Panteia-norm, 2014. Bron: Panteia, Rabobank



Figuur 37. Overschot of tekort aan winkelvloeroppervlak t.o.v. vloerproductiviteit volgens Panteia-norm inclusief buitenlandse consumenten (berekend), 2014. Bron: Panteia, Rabobank

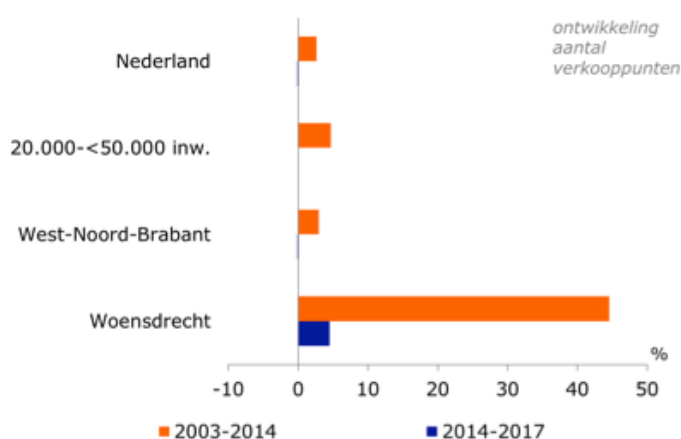
² Bij het opstellen van deze omzetkengetallen wordt geen rekening gehouden met verschillen in de (winkel-) kenmerken tussen gebieden. De kengetallen variëren bijvoorbeeld niet tussen stedelijke en landelijke gebieden. Wel is rekening gehouden met branchering en zijn verschillende kengetallen toegewezen aan winkels in verschillende branchegroepen

Let op: er wordt gesproken van een overschot wanneer er te weinig verdiend wordt per vierkante meter. In Woensdrecht is er een enorm overschot berekend. Dit is wellicht te hoog omdat de omzet uit de Belgische bestedingen niet is mee gerekend. Het is echter wel een zorgpunt voor Woensdrecht. Ook al reken je de euro's van de Belgische besteders mee, dan nog is er een overschot en dat maakt de dagelijkse detailhandel kwetsbaar. Daarnaast is de demografische groei gestagneerd en vergrijst het sterk.

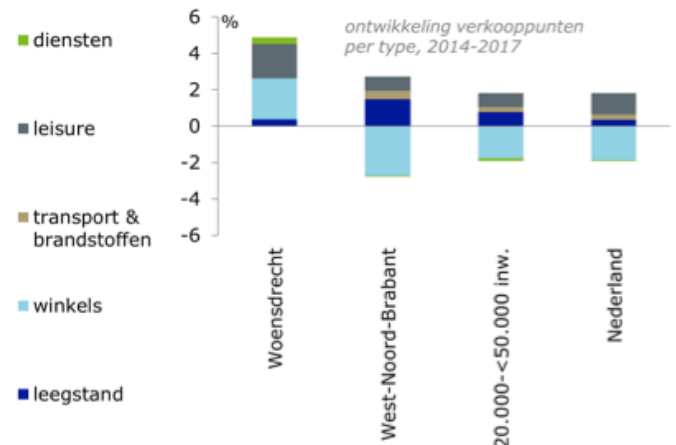
Er zijn daarmee alsnog te veel meters winkelvloeroppervlakte in de dagelijkse branche en daarbij is het aanbod sterk verspreid en is er weinig kruisbestuiving tussen dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel.

Verkooppunten en leegstand

Naast winkelomzet en vloerproductiviteit geeft ook de leegstand van verkooppunten zicht op het presteren van een winkelgebied. Verkooppunten zijn panden waarin activiteiten zijn gevestigd die zich richten op de consument. Hierbij gaat het niet alleen om winkels, maar ook om horecagelegenheden, benzinestations, autodealers en allerlei consumentverzorgende diensten, zoals kapsalons, uitzendbureaus en makelaarskantoren. Een verkooppunt kan vaak (maar niet altijd) voor verschillende van deze activiteiten worden gebruikt. Leegstand is niet gunstig. Zij leidt immers tot derving van inkomsten voor de vastgoedeigenaren en gaat ten koste van de samenhang en de (verblijfs-)kwaliteit van een winkelgebied. Hierdoor is leegstand ook nadelig voor de winkeliers en andere ondernemers in het betreffende winkelgebied en een punt van zorg voor de lokale overheid.



Figuur 38. Ontwikkeling verkooppunten, 2003-2014 en 2014-2017. Bron: Locatus



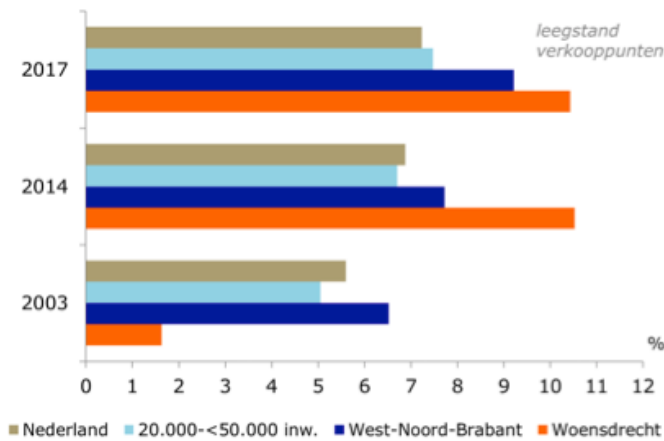
Figuur 39. Ontwikkeling samenstelling verkooppunten, 2014-2017. Bron: Locatus

Toename van leegstand in Nederland

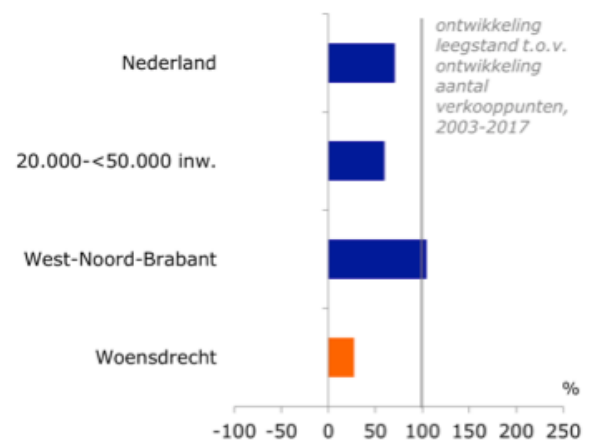
De leegstand liep de afgelopen jaren landelijk sterk op doordat aan de ene kant het aantal verkooppunten sterk toenam en doordat aan de andere kant het aantal winkels fors afnam. Dat was zowel voor en tijdens de recente economische crisis het geval, als daarna (figuren 38 en 39). Het aantal verkooppunten dat in gebruik is voor leisure (horeca), diensten en de verkoop van brandstoffen of transportmiddelen nam wel toe. In West-Brabant was de toename van het aantal verkooppunten zowel voor 2014 als daarna sterker dan gemiddeld.

Groei leegstand tot staan gebracht

In de jaren tot het einde van de crisis nam het aantal verkooppunten in Woensdrecht sterk toe, terwijl het aantal winkels juist sterk afnam. Hierdoor was de groei van de leegstand zeer fors (figuur 40). De afgelopen jaren heeft de groei van het aantal verkooppunten in Woensdrecht zich voortgezet. Door de sterke groei van het winkel- en horecabestand bleef de groei van de leegstand echter beperkt. Over de afgelopen vijftien jaar beschouwd, was de ontwikkeling van het aantal verkooppunten en de behoefte aan die verkooppunten in Woensdrecht echter minder goed in balans dan in West-Brabant (figuur 41). De leegstand bevindt zich hoofdzakelijk in de kernen Hoogerheide en Putte. In beide plaatsen is ongeveer 40 procent van het leegstaande vloeroppervlak te vinden. Iets minder dan 15 procent van het leegstaande vloeroppervlak komt voor rekening van Huijbergen. Ten opzichte van de omvang van het winkelbestand is de leegstand in Huijbergen echter het grootst.



Figuur 40. Leegstand verkooppunten. Bron: Locatus



Figuur 41. Ontwikkeling gebruik verkooppunten en leegstand Woensdrecht, 2003-2017. Bron: Locatus

Let op: leegstand heeft een grote impact op de winkelbeleving, de verblijfstijd en de (niet) aantrekkingskracht. Het vullen van leegstand bij een beperkte prestatie of beperkte afzetmarkt (vergrijzing en krimp) is alleen mogelijk door krimp, dus niet door acquisitie. Het weghalen van leegstaande meters uit de markt versterkt de kans om een gezonde structuur te bieden voor bestaand aanbod. De combinatie van concentratie van aanbod door verplaatsing en het uit de markt halen van meters is de grootste opgave.

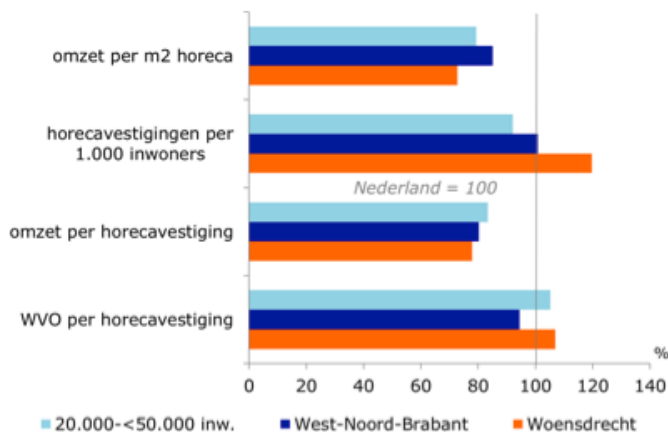
De vrijetijdssector in Woensdrecht

Vrijetijdssector

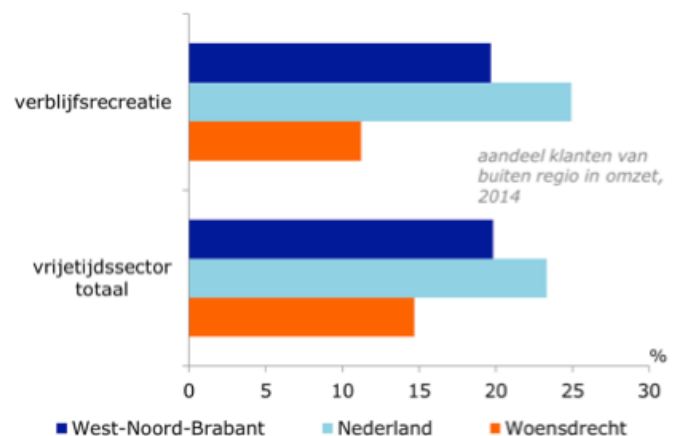
De vrijetijdssector kan worden onderscheiden in vier sectoren: drankverstrekkers, spijsverstrekkers, verblijfsrecreatie en ‘cultuur en recreatie’. In de sector drankverstrekkers gaat het om café’s, in de sector spijsverstrekkers om restaurants en fastfoodverstrekkers. De verblijfsrecreatie biedt naast eten en drinken overnachtingsmogelijkheden, zoals de hotels, pensions en campings. Drank- en spijsverstrekkers en verblijfsrecreatie vormen gezamenlijk de horeca. De vierde sector –‘cultuur en recreatie’– omvat een breed palet aan ondernemingen en instellingen, zoals theaters, bioscopen en pretparken, die de consument vermaak bieden. Net als de detailhandel bedient de vrijetijdssector de consument. Daarom hangt ook de spreiding van de vrijetijdssector sterk samen met de bevolkings spreiding, maar deze samenhang is minder sterk dan bij de detailhandel.

Matige prestatie en geringe bovenregionale oriëntatie

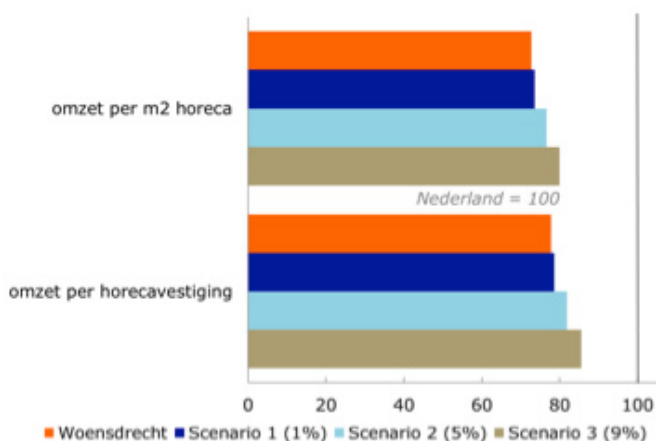
Mede door een forse toename van het aantal horecagelegenheden het afgelopen decennium, telt Woensdrecht een groot aantal horecabedrijven. De horecagelegenheden presteren hier –net als de detailhandel– dan ook minder goed dan gemiddeld. De omzet per horecavestiging en de vloerproductiviteit van de horecagelegenheden zijn laag (figuur 42). Mogelijk speelt de geringe bovenregionale oriëntatie hierbij een rol. De horeca is sterk op de regionale consument gericht (figuur 43). Ook nu weer zou het ontbreken van de toevloeiing uit België in de gebruikte gegevens een rol kunnen spelen. Ook als met deze toevloeiing rekening wordt gehouden, zijn de vloerproductiviteit en de omzet per horecavestiging echter aanzienlijk lager dan gemiddeld (figuur 44).



Figuur 42. Omvang en prestatie horeca t.o.v. gemiddelde Nederland, 2014. Bron: Locatus, Rabobank



Figuur 43. Bovenregionale koopkrachttoevloeiing vrijetijdssector, 2014. Bron: Rabobank

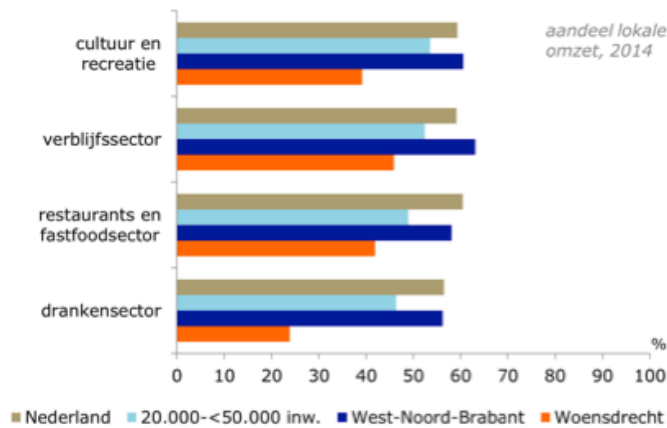


Figuur 44. Omvang en prestatie horeca t.o.v. gemiddelde Nederland inclusief buitenlandse consumenten (berekend), 2014. Bron: Locatus, Rabobank

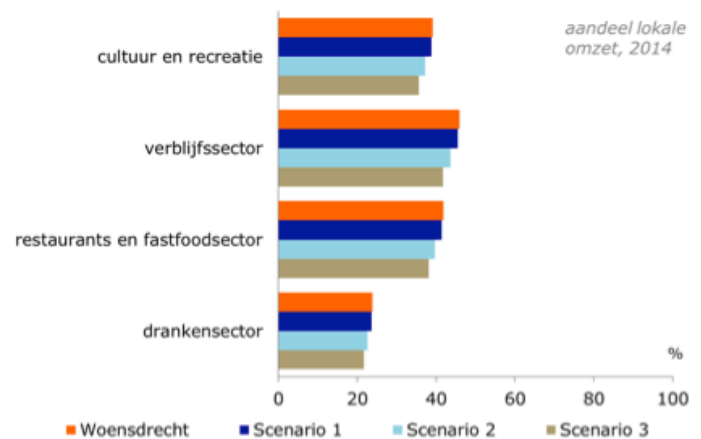
Let op: de financiële prestatie van de vrijetijdssector in Woensdrecht staat onder druk en de bevolking vergrijsst sterk. De verblijfsrecreatie draait grotendeels op de keuken. Houd rekening met een stagnerende bevolking en krimpende afzetmarkt!

Geringe lokale afhankelijkheid

De mate waarin ondernemingen in de vrijetijdsector afhankelijk zijn van de lokale consument komt landelijk voor de verschillende vormen van horeca en cultuur en recreatie sterk overeen. Of het nu gaat om cafés, restaurants, hotels of culturele instellingen, ongeveer 60 procent van de omzet is afkomstig van lokale klanten (figuur 45). In Woensdrecht zijn de ondernemers in vrijetijdsector veel minder afhankelijk van de lokale consument dan gemiddeld. Minder dan 40 procent van de omzet is afkomstig van lokale klanten. Deze lokale afhankelijkheid van de vrijetijdsector in Woensdrecht zou door het ontbreken van eventuele buitenlandse klanten in de gegevens overigens nog te hoog kunnen zijn voorgesteld. Als met een aandeel van Belgische bezoekers in de omzet volgens het derde scenario wordt gerekend, zou de lokale afhankelijkheid van de vrijetijdsector zich nog verder onder het regionale en landelijke gemiddelde bevinden (figuur 46).



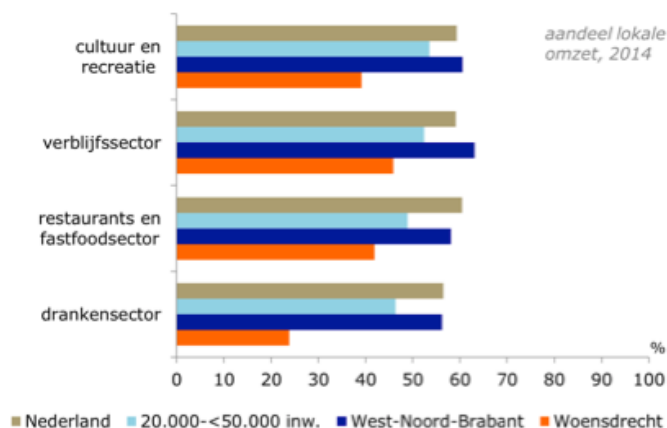
Figuur 45. Lokale afhankelijkheid ondernemingen vrijetijdsector, 2014. Bron: Rabobank



Figuur 46. Lokale afhankelijkheid ondernemingen vrijetijdsector (berekend), 2014. Bron: Rabobank

Sterke koopkrachtbinding vrijetijdsector

De ondernemers in de vrijetijdsector van Woensdrecht weten de lokale consumenten echter goed aan zich te binden (figuur 47). Alleen in de drankensector is de koopkrachtbinding minder groot dan gemiddeld in gemeenten van vergelijkbare omvang. De inwoners van Woensdrecht richten zich dus sterk op restaurants en verblijfsmogelijkheden binnen de gemeentegrenzen en ook voor cultuurbezoek gaan ze naar lokale ondernemers. Voor cafébezoek zijn ze echter sterk op andere gemeenten gericht.



Figuur 47. Koopkrachtbinding consumenten vrije tijdsbesteding, 2014. Bron: Rabobank

Let op: de vrijetijdsector in Woensdrecht moet het sterk hebben van klanten uit de eigen gemeente. Voor de toekomst is het van groot belang dat de vrijetijdsector zich richt op de inwoner en (in de benadering van hen) zoekt naar een nieuwe aanpak. De combinatie van detailhandel en evenementen biedt kansen. Horeca is onmisbaar in winkelgebieden, zij vergroten de verblijfstijd en brengen sfeer. Nieuwe business creëren door actief de verbinding te leggen tussen horeca en detailhandel is een belangrijke kans.

Overzicht 'Let op!'

De resultaten uit dit onderzoek geven inzicht maar nu bent u aan zet om de vertaling naar actie te maken, samen met uw lokale stakeholders. Wat zijn de keuzes voor de toekomst? Waar liggen de kansen en hoe zorgt u dat die tot rendement leiden. Zijn de eerder gemaakte keuzes de juiste of dient de koers bijgesteld te worden. Hieronder vindt u een samenvatting van de voor uw gemeente specifieke uitdagingen die ons zijn opgevallen en die uw aandacht nodig hebben. U vindt deze opmerkingen ook terug in het rapport.

Kracht/ aandeel aanbod

- Een verandering in bevolking vraagt om een verandering in aanbod en benadering. Woensdrecht moet rekening houden met een afname van de lokale afzetmarkt door de vergrijzing. Ook de regionale afzetmarkt groeit niet. Zowel branchering (aanbod) als klantbenadering (aanspreken en bedienen van de klant) vraagt aanpassing om deze verandering het hoofd te bieden. Kies voor een passend winkelaanbod (gezinnen vinden andere dingen belangrijk bij het doen van aankopen dan ouderen) en houd rekening met andere functies in het winkelgebied in de toekomst (sociale meerwaarde).
- De branches waar lokaal geen of weinig aanbod in is zal zijn weg via internet wel vinden. Het is van groot belang dat in de branches waar wel afdoende aanbod lokaal is, de afvloeiing naar internet wordt beperkt. Dit vraagt van de zittende bedrijven een goede positionering. Niet in producten of prijs, maar in het bieden van toegevoegde waarde door lokale ondernemers; dichtbij, combinatie in aanbod, direct voor handen, persoonlijk met kunde en ervaring. Met een vergrijzende bevolking is dit nog belangrijker. 'Laagste prijs' of 'koopjes' maken plaats voor advies, vertrouwen en gemak. De gunfactor is voor het bedrijf en de mensen in plaats van voor de producten, deze laatste moeten uiteraard goed zijn. Inzet op bezorgservices vanuit de kernen helpt het behoud van bestedingen en kan leiden tot nieuwe klanten die lokaal aanbod gaan waarderen.
- Woensdrecht scoort gunstig op het aantal winkels per inwoner. Kort gezegd; weinig winkels per inwoner betekent dat er meer euro's te verdelen zijn over minder winkels. Dan moet je die euro's wel aan je binden. Er is een gevarieerd aanbod maar dit is sterk verspreid. De grote uitdaging voor Woensdrecht is dus het concentreren van het winkelaanbod en het binden van de eigen inwoner. Hoe meer divers het aanbod en hoe geconcentreerder het aanbod, hoe aantrekkelijker het winkelgebied is (figuur 1, Deel I Regionaal rapport). Zorg voor een compact centrum met weinig verspreide bewinkeling.
- De omstandigheden om omzet te kunnen genereren zijn de basis voor een gezond winkel (en horeca) aanbod. Deze analyse is erg belangrijk voor de strategie die ondernemers, gemeente en overheid dienen te kiezen. Woensdrecht dient een visie op de toekomst te hebben die antwoord geeft op de afname in koopkracht zonder aan bestaande kracht in te boeten. Dit vraagt innovatie en samenwerking tussen ondernemers, vastgoed en gemeente.
- De detailhandel in Woensdrecht bedient met name de eigen inwoner en de samenstelling van het winkelbestand past bij dat van een boodschappencentrum. Om in de toekomst een sterke positie te behouden is het belangrijk om te richten op de eigen inwoner (denk aan loyaliteitsprogramma en lokale diensten/services). Het is ook een herbevestiging van voorgaande punten: concentreer het winkelaanbod, hiermee versterk je het bestaande aanbod. Een goede visie over wat centrum is en wat niet-centrum is, is daarbij essentieel.
- Het aanbod in de gemeente Woensdrecht kent een spreiding over 5 kernen. De winkelstraten zijn typische langgerekte winkelstraten met veel woningen ertussen. Dit is waarschijnlijk in de loop van de jaren zo gegroeid. Dit is echter niet wenselijk. Aaneengesloten bewinkeling

trekt bestedingen (andersom niet). Voor het behoud van bestaand aanbod in de kernen is het raadzaam om het verspreide aanbod buiten de kernen terug te brengen. Dat vraagt scherpe keuzes en lef om door te pakken.

Zorg voor een duidelijke detailhandelsvisie die het in de toekomst mogelijk maakt gegronde keuzes te maken om op plekken wel of juist geen detailhandel/horeca toe te staan. Probeer ook leegstand in de kernen zo veel mogelijk op te vullen door winkels buiten de kernen te verhuizen. Juist in het dagelijks aanbod ontstaat er combinatiebezoek tussen supermarkt en overige dagelijkse boodschappen (drogist, vers e.d.) als dit in de directe omgeving van elkaar bevindt (binnen 50 meter), dus wanneer het aaneengesloten en geconcentreerde bewinkeling betreft.

Portemonnee van de inwoner

- **Dagelijkse boodschappen:** de binding van de bestedingen is sterk. Dit past ook bij een boodschappencentrum als Woensdrecht. Woensdrecht moet het dus hebben van de eigen inwoner, dit is overwegend de kurk waar een gebied op drijft. Dit laat de kassa van de ondernemer ook zien. Zij is voor meer dan 80% afhankelijk van de lokale besteding, meer dan de benchmark (blauwe balk). Het behouden van deze bestedingen en het versterken hiervan is cruciaal voor de toekomst van Woensdrecht. Overigens is in deze cijfers de Belgische consument niet meegenomen. Dit kan echter wel invloed hebben op de cijfers. Tegelijkertijd zien wij in andere gebieden aan de grens dat het percentage Belgische bestedingen ten opzichte van lokale bestedingen slechts marginaal is. Ons advies is om je te richten op de grootste groep besteders, de eigen inwoner. **Niet-dagelijkse boodschappen:** De binding is met 55% gemiddeld. Toch is de afhankelijkheid in deze sector wel 70%, iets hoger dan gemiddeld. De inwoner is minder bereid lokaal te kopen ten opzichte van de benchmark, terwijl de ondernemers daar wel grotendeels afhankelijk van zijn. Dit is een aandachtspunt voor Woensdrecht.

Prestatie winkelgebied

- De kans dat er Belgische bestedingen moeten worden meegerekend in Woensdrecht is er. Of dit inderdaad ook de volle 9 procent is, zal vanuit een grensoverschrijdend onderzoek kunnen worden vastgesteld. Het inzicht in de Belgische bestedingen is natuurlijk mooi, maar alleen wat waard wanneer je van plan bent iets met die inzichten te gaan doen. Het grote aantal supermarkten in Woensdrecht kan waarschijnlijk niet enkel bestaan van de inwoners van Woensdrecht (ongeveer 5000 inwoners per supermarkt is nodig voor voldoende omzet). De Belgische consument is dus van waarde, dit is ook zonder onderzoek vast te stellen. De detailhandel in Woensdrecht kan deze kennis omzetten naar (marketing) acties richting de Belgische consument. Niet-dagelijkse detailhandel kan de verbinding proberen te maken met de dagelijkse detailhandel, die al meer Belgen trekt, om 'mee te profiteren'.
- voor de niet-dagelijkse en dagelijkse aankopen is Bergen op Zoom de belangrijkste alternatieve aankooplocatie voor mensen uit Woensdrecht. Aan de andere kant trekt Woensdrecht ook bestedingen uit Bergen op Zoom. Er zijn dus inwoners van Bergen op Zoom die kiezen voor Woensdrecht, terwijl er inwoners van Woensdrecht voor Bergen op Zoom kiezen. Dit heeft alles met onderscheidend vermogen te maken. Woensdrecht kan bestedingen aantrekken, door zich te richten op klanttypes die specifiek op Woensdrecht georiënteerd zijn. In detailhandelsbeleid is het ook goed om te beseffen dat keuzes die Bergen op Zoom maakt van invloed kunnen zijn op Woensdrecht en andersom. Goede regionale afstemming is wenselijk.

- Er wordt gesproken van een overschot wanneer er te weinig verdiend wordt per vierkante meter. In Woensdrecht is er een enorm overschot berekend. Dit is wellicht te hoog omdat de omzet uit de Belgische bestedingen niet is mee gerekend. Het is echter wel een zorgpunt voor Woensdrecht. Ook al reken je de euro's van de Belgische besteders mee, dan nog is er een overschot en dat maakt de dagelijkse detailhandel kwetsbaar. Daarnaast is de demografische groei gestagneerd en vergrijst het sterk.
Er zijn daarmee alsnog te veel meters winkelvloeroppervlakte in de dagelijkse branche en daarbij is het aanbod sterk verspreid en is er weinig kruisbestuiving tussen dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel.
- Leegstand heeft een grote impact op de winkelbeleving, de verblijfstijd en de (niet) aantrekkingskracht. Het vullen van leegstand bij een beperkte prestatie of beperkte afzetmarkt (vergrijzing en krimp) is alleen mogelijk door krimp, dus niet door acquisitie. Het weghalen van leegstaande meters uit de markt versterkt de kans om een gezonde structuur te bieden voor bestaand aanbod. De combinatie van concentratie van aanbod door verplaatsing en het uit de markt halen van meters is de grootste opgave.

Prestatie vrijetijdssector

- De financiële prestatie van de vrijetijdssector in Woensdrecht staat onder druk en de bevolking vergrijst sterk. De verblijfsrecreatie draait grotendeels op de keuken. Houd rekening met een stagnerende bevolking en krimpende afzetmarkt!
- De vrijetijdssector in Woensdrecht moet het sterk hebben van klanten uit de eigen gemeente. Voor de toekomst is het van groot belang dat de vrijetijdssector zich richt op de inwoner en (in de benadering van hen) zoekt naar een nieuwe aanpak. De combinatie van detailhandel en evenementen biedt kansen. Horeca is onmisbaar in winkelgebieden, zij vergroten de verblijfstijd en brengen sfeer. Nieuwe business creëren door actief de verbinding te leggen tussen horeca en detailhandel is een belangrijke kans.

Bijlage 1. Bronnen

BRO, 2009	Grenzeloos winkelen BRO, Boxtel
CBS	CBS Statline Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag
Ik Ondernem!	Koopstromenonderzoeken MRE Analyzus, Ik Ondernem!, MRE, Provincie Noord-Brabant, Rabobank, 2017
I & O Research, 2015	Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2015 I & O Research, Enschede
I & O Research, 2016	Koopstromenonderzoek Regio Arnhem-Nijmegen, 2016 I & O Research, Enschede
LISA	Landelijk InformatieSysteem Arbeidsmarkt Stichting LISA, Utrecht
Locatus	Basisregister Verkooppunten
Panteia, 2016	Omzetkengetallen 2015 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek Panteia, Zoetermeer, 2015
Rabobank	Rabobank Koopstromenmonitor Rabobank, Utrecht
Retailagenda, 2015	Retailagenda Platform De Nieuwe Winkelstraat, 2015

Bijlage 2. Rabobank Koopstromenmonitor en Rabobank Cijfers en Trends

De *Rabobank Koopstromenmonitor* brengt op basis van tientallen miljoenen PIN- en incassotransacties van de Rabobank uit 2014 in kaart waar consumenten hun bestedingen doen en waar winkels hun omzet halen. De betalingen van particuliere aan zakelijke klanten van de Rabobank –koopstromen– zijn gekoppeld aan de landelijke detailhandelsomzet en aan de omvang van de detailhandel en het gemiddelde huishoudinkomen per gemeente. Hierdoor geeft de Koopstromenmonitor inzicht in het ruimtelijke patroon van het koopgedrag van de Nederlandse consument en in de herkomst van de omzet van de Nederlandse detailhandel. Het gaat hierbij alleen om bestedingen door Nederlandse consumenten bij Nederlandse ondernemingen. Bestedingen door buitenlanders bij winkels in ons land en, omgekeerd, door Nederlandse consumenten in het buitenland blijven buiten beschouwing. Het komende jaar zal de Rabobank Koopstromenmonitor worden geactualiseerd.

Rabobank Cijfers en Trends brengt jaarlijks de ontwikkeling in het Nederlandse midden- en kleinbedrijf (MKB) in kaart. Door het beeld uit de jaarverslagen van de klanten van de Rabobank te ijken aan de nationale detailhandelsomzet en de omvang van de detailhandel per gemeente kan een inschatting worden gemaakt van de bedrijfseconomische situatie van het Nederlandse MKB.

Bijlage 3. Branche-indeling (Locatus)

Detailhandel artikelen in of om huis

Aquarium; Bloemen en Planten; Dibevo; Tuinartikelen; Tuincentrum; Bruin en Witgoed; Radio en Tv; Computers; Huishoudelijke Onderdelen; Telecom; Witgoed; Electro; Automaterialen; Rijkwielen en Bromfietsen; Doe-Het-Zelf; Bouwmarkt; Bouwmaterialen; Deuren en Kozijnen; Breed-pakket Doe-Het-Zelf; Houthandel; IJzerwaren en Gereedschap; Sanitair-materiaal; Verf en Behang; Babywoonwinkel; Slaapkamers en Bedden; Keukens; Meubelen; Woonwarenhuis; Oosterse Tapijten; Keukens en Badkamers; Badkamers; Verlichting; Parket en Laminaat; Tegels en Plavuizen; Woninginrichting; Woningtextiel; Woondecoratie; Zonwering.

Detailhandel dagelijkse artikelen

Diepvriesartikelen; Groente en Fruit; Bakker; Vlaaien; Toko; Turks/Arabische Levensmiddelen; Buitenlands Overig; Chocolaterie; Koffie- en Theewinkel; Delicatessen; Kaas; Kampwinkel; Mini-super; Noten; Poelier; Reform; Slagerij; Slijter; Supermarkt; Tabak en Lectuur; Vis; Zoetwaren; Zuivel; Tank-super; Ziekenhuiswinkel; Stations-winkel; Levensmiddelen Overig; Apotheek; Drogist; Parfumerie; Persoonlijke Verzorging Overig.

Detailhandel mode en luxeartikelen

Badmode; Beenmode; Bont; Bruidskleding; Damesmode; Dames- en Herenmode; Herenmode; Kindermode; Leermode; Lingerie; Modeaccessoires; Sportkleding; Textiel-super; Modewarenhuis; Lederwaren; Schoenen; Sportschoenen; Juwelier; Uurwerken; Optiek; Glas/Porselein/Aardewerk; Huishoudelijke Artikelen; Huishoudlinnen; Cadeau Artikelen; Kookwinkel; Rotan en Rietwaren; Antiek/Kunst; Antiek; Kunsthandel.

Detailhandel overige artikelen

Detailhandel Overig; 2e-hands Diversen; 2e-hands Kleding; 2e-hands Boeken; Partijgoederen; Legerdumpwinkel; Feestartikelen; Paramedische Artikelen; Hoortoestellen; New Age en Spiritualiteit; Smartshop; Erotica; Sportprijzen; Museumwinkel; Souvenirs; Wereldwinkel; Odd-Shops; Haarden en Kachels; Grafzerken en Natuursteen.

Detailhandel vrijetijdsartikelen

Buitensport; Ruitersport; Speelgoed; Modelbouw; Sportzaak; Hengelsport; Vliegers; Watersport; Sportspeciaalzaak; Elektronica; Foto en Film; Handvaardigheid; Wol en Handwerk; Munten en Postzegels; Muziekinstrumenten; Naaimachines; Stoffen; Media; Boekhandel; Stripboeken; Beeld- en Geluiddraggers; Software en Computergames; Kantoorartikelen.

Diensten

Verhuur; Videotheek; Autoverhuur; Aanhangwagen Verhuur; Gereedschap Verhuur; Verhuur Overig; Ambacht; Edelsmid; Schoenreparatie; Kapper; Tatoeages en Piercings; Schoonheidssalon; Kledingreparatie; Stomerij; Stoffeerderij; Kleermaker; Pottenbakker; Radio en TV Reparatie; Drukwerk en Copy-service; Foto-ontwikkelerservice; Sleutelservice; Honden-trimsalon; Lijstenmaker; Glashandel; Ambacht Overig; Financiële Instelling; Financiële Intermediair; Verzekeringwinkel; Banken; Postkantoor; Postagentschap; Particuliere Dienstverlening; Internetcafé; Belwinkel; Fotostudio; Makelaardij; Autowasserette; Fietsenstalling; Wasserette; VVV; Reisbureau; Uitzendbureau; Diensten Overig.

Leisure - drankenverstreckers

Café; Coffeeshop.

Leisure - voedselverstrekkers

Fastfood; Bezorgen en Afhalen; Grillroom en Shoarma; IJssalon; Lunch en Tearoom; Pannenkoeken; Restaurant Algemeen; Restaurant Aziatisch Overig; Restaurant Chinees; Restaurant Japans; Restaurant Grieks; Restaurant Italiaans; Restaurant Mexicaans; Restaurant Turks; Restaurant Spaans; Restaurant Indiaas; Restaurant Zuid-Amerikaans; Restaurant Indonesisch; Restaurant Thais; Restaurant Balkan; Restaurant Gespecialiseerd Overig; Visrestaurant; Horeca Overig.

Leisure - verblijfsrecreatie

Hotel; Hotel-Restaurant.

Leisure – cultuur en recreatie

Cultuur; Bibliotheek; Bioscoop; Galerie; Kunstuitleen; Museum; Theater; Ontspanning; Amusementshal; Casino; Biljart en Snooker; Bowling; Kegelen; Zonbank; Discotheek en Nachtclub; Partycentrum; Amusement Overig.

Transport en Brandstoffen

Non-Food Overig; Carparts; Caravans Trailers; Boten (Verkoop en Reparatie); Autodealer; Autoruiten; Autoschadebedrijf; Garagebedrijf; Motorfietsen; Autosloperij; Brandstoffen; Tankstation.

Colofon

De inhoud uit dit rapport mag alleen worden gebruikt onder uitdrukkelijke verwijzing naar de bron.

Auteurs

- Frits Oevering, RaboResearch
- Corneel Nederveen, RaboResearch
- Rob Weiss, Ik Onderneem!
- Leda Koemans, Ik Onderneem!

Vormgeving en eindredactie

Ik Onderneem!

Datum

Januari 2019

Betrokken partijen

De Provincie Noord-Brabant

Noord-Brabant heft de ambitie om de regio te versterken. Zij initieert en steunt projecten die hier aan bijdragen. Het project koopstromen, prestatie winkelgebieden, is daar één van.

De Rabobank

Het prestatieonderzoek winkelgebieden is op basis van miljoenen pintransacties. Informatie op basis van deze bronnen kan alleen in samenwerking met de Rabobank in verband met eigendom van de data. In de regio Midden- en West-Brabant zijn er 9 Rabobanken actief te weten; Hart van Brabant, Tilburg en omstreken, De Langstraat, De Zuiderlijke Baronie, Breda, Amerstreek, Altena, West-Brabant-Noord en Zuidwest-Brabant.

De Nieuwe Winkelstraat

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

Ik Onderneem!

Ik Onderneem! is een projectbureau dat innovatieve projecten initieert en begeleidt op het gebied van ondernemerschap en toekomst bestendige winkelgebieden

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

✉ r.weiss@ik-onderneem.nl
☎ 06 398 368 82



Leda Koemans

✉ l.koemans@ik-onderneem.nl
☎ 026 844 8682