Consument, locatie en leefstijlen analyse van het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat in Utrecht

Een analyse van DISCvision
in opdracht van
de Gemeente Utrecht
Definitieve rapportage
Woerden, mei 2019

De onderwerpen in deze rapportage

Deze rapportage met een analyse van het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat in Utrecht West is als volgt opgebouwd:

- Management summary P. 3
- Inleiding en achtergrond P. 7
- Deel 1 Het verzorgingsgebied en de inwoners P. 8
  - Afbakening van het verzorgingsgebied
  - Het demografisch profiel van Utrecht West en de inwoners van het verzorgingsgebied
  - De DISC Leefstijlen
  - De doelgroepen in het verzorgingsgebied in 2030
- Deel 2 Het verzorgingsgebied en de commerciële voorzieningen P. 21
  - Het aanbod in Utrecht West en het winkelgebied Kanaalstraat - Damstraat
  - De omzet ontwikkeling
  - De match tussen vraag en aanbod
  - Kwalitatieve beoordeling van de winkelgebieden
  - DPO kengetallen
- Bijlagen P. 33
  - Sfeerimpressie van d winkelgebieden
  - Gebruikte bronnen

Management summary

- Een levendige winkelstraat die het multiculturele hart van Lombok vormt, zo kan het winkelgebied van de Kanaalstraat - Damstraat het beste worden omschreven. De winkels bieden een interessante mix van exotische producten en delicatessen, restaurantjes en authentieke Utrechtse speciaalzaken die hier al decennia gevestigd zijn. De inwoners uit de omliggende buurten passen hier goed bij. Zij vormen een multiculturele en levendige mix van studenten, startende gezinnen, senioren die al jaren in de omliggende buurten wonen en families met een vooral Turkse of Marokkaanse achtergrond.
- In deze analyses staan de inwoners van de wijk Utrecht West en de bezoekers van dit winkelgebied centraal. Hoe staan zij in het leven, en welke voorzieningen aan de Kanaalstraat - Damstraat sluiten daar het beste bij aan. De analyses zijn niet alleen op sociodemografische kengetallen gebaseerd. Met behulp van het DISC leefstijlen model is een analyse gemaakt van de vraag vanuit de consument en het aanbod in de Kanaalstraat - Damstraat. Dit geeft zicht op de wensen en interesses van de inwoners van dit verzorgingsgebied en de wensen van de bezoekers, zodat hier met passende commerciële voorzieningen op ingespeeld kan worden en dit de retail structuur aan de Kanaalstraat - Damstraat verder kan versterken.
- Deze rapportage geeft een feitelijke analyse van de situatie van dit moment, op basis van bestaande bronnen en onderzoeken. Daarnaast wordt ook gekeken naar de veranderingen in Utrecht West in de komende jaren. Met renovatie projecten en binnenstedelijke herontwikkeling zijn de afgelopen jaren in Utrecht West al een behoorlijk aantal vernieuwingen doorgevoerd en dit zal ook de komende jaren met de verschillende nieuwbouwplannen zo blijven. Een goed moment derhalve om een analyse te maken van de huidige situatie aan de Kanaalstraat - Damstraat, om zo de gedachten te kunnen bepalen voor de verdere ontwikkeling.
- Tot slot is ook gekeken naar de verschillende bouwprojecten in het gebied die invloed kunnen hebben op de bezoekers van de winkels aan de Kanaalstraat - Damstraat. De komende vijf tot tien jaar zal het aantal inwoners in de wijk Utrecht West met bijna 25% groeien*. Daarnaast speelt op iets langere termijn de ontwikkeling van het Beurskwartier en Lombokplein. Op basis van de bouwplannen is een prognose gemaakt van samenstelling van de leefstijlgroepen in de komende jaren, zodat daar met de commerciële voorzieningen rekening mee kan worden gehouden.

* bron: bevolkingsprognose gemeente Utrecht.

Management summary - De inwoners van het verzorgingsgebied

- Uit het KSO2018 blijkt, dat de Kanaalstraat - Damstraat vooral bezocht wordt door de inwoners uit de buurten Lombok Oost en –West, Nieuwe Engeland, Th A. Kempis plantsoen e.o. en de buurt Leidseweg. Het *primaire verzorgingsgebied* wordt daarmee gedefinieerd door deze 4 buurten.

- In grote lijnen kunnen drie groepen inwoners in dit verzorgingsgebied worden onderscheiden. Een jonge generatie met studenten en startende families, *nieuwe stadsbewoners* die aan het begin staan van hun maatschappelijke carrière en graag wonen in de levendige buurten vlak bij het centrum. Zij hebben vaker een Paars, Rood of Oranje leefstijlprofiel.
  De tweede groep bestaat uit gemiddeld iets oudere inwoners, de *stedelijke senioren* die vaak ook al lang in het gebied wonen.
  Deze inwoners hebben vaker een Lime, Groen of Aqua leefstijl profiel. Zij zijn gehecht en verankerd met hun buurt.
  De derde groep bestaat uit de *inwoners met een migratie achtergrond*. In dit verzorgingsgebied treffen we in deze groep vooral inwoners die uit Marokko of Turkije afkomstig zijn. In deze groep zijn inwoners met een Groen, Aqua of Blauw leefstijl profiel juist sterker vertegenwoordigd. In het straatbeeld en de winkels in de Kanaalstraat - Damstraat is de aanwezigheid van deze groepen goed te zien.

- Deze bevolkingsopbouw resulteert in een levendige en multiculturele stadswijk met een grote diversiteit. De DISC leefstijlen samenstelling laat ook zien, dat er een goede balans is tussen de diverse groepen. De leefstijlgroepen Paars, Rood en Oranje geven de buurten rond de Kanaalstraat een levendig stedelijk karakter. Ook voor de commerciële voorzieningen is deze groep met *nieuwe stadsbewoners* interessant en van belang. Zij zijn “outgoing”, en maken graag gebruik van de mini supermarkten en horeca zaken in dit gebied. De stedelijke senioren en inwoners met een migratie achtergrond hebben vaker een introverte Groene of Blauwe leefstijl. Zij zijn vooral gehecht aan de vertrouwde buurtwinkels die in dit winkelgebied te vinden zijn.

- De inwoners in dit primaire verzorgingsgebied hebben een besteedbaar inkomen dat iets onder het Utrechtse gemiddelde ligt (index 97). Zij bezoeken de winkels in de Kanaalstraat – Damstraat voornamelijk voor hun dagelijkse aankopen. Opvallend is dat de winkels met niet-dagelijkse producten ook regelmatig bezocht worden door consumenten die niet uit Utrecht West komen. 32% van de bezoekers komt uit de andere wijken in Utrecht, en 26% komt niet uit de gemeente Utrecht. Daarmee hebben deze winkels in mode & luxe producten, of producten voor in en om het huis een meer regionaal karakter.

Management summary - Het winkelgebied

- Met 130 van de 295 verkooppunten en 25% van de winkelvloeroppervlakte in de wijk Utrecht West is het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat een van de grotere winkelgebieden in deze wijk. Het merendeel van de retail omzet in dit winkelgebied (84%) wordt gerealiseerd door 37 winkels met verkoop van dagelijkse producten. De 32 winkels met niet- dagelijkse producten dragen 16% bij aan de totale retail omzet van ruim 29 miljoen in dit gebied. Verder zijn er 28 verkoop punten met een leisure aanbod (horeca) en 27 winkels in de categorie dienstverlening. Hier is verder geen omzet van bekend. Wat verder opvalt bij de winkels aan de Kanaalstraat - Damstraat is dat hier voor een belangrijk deel zelfstandigen actief zijn. Het aantal bekende en landelijke ketens is met een vestiging van Albert Heijn, Gall&Gall en Kruidvat beperkt. Onder de zelfstandigen zijn enkele duidelijke "local heros" die deze winkelstraat een eigen karakter geven en ook aan de toevloeiing van consumenten van elders bijdragen. Dit komt onder andere naar voren bij modespeciaalzaken als Takshita, Le Boutique of Hajar paleis, met een interessant oosters/ mediterraans aanbod. Uit het KSO 2016/ 2018 komt naar voren dat 28% van de totale retail omzet wordt gerealiseerd bij consumenten die niet in de wijk Utrecht West wonen.
- Voor de winkels in de Kanaalstraat – Damstraat is winkelcentrum Groeneweg de belangrijkste concurrent in de eigen wijk. Op het gebied van niet dagelijkse producten zijn Utrecht centrum, winkelcentrum Nova (Kanaleneiland) en shopping center Overvecht de belangrijkste concurrenten.
- Het economisch functioneren ligt iets onder de norm die bepaald kan worden op basis van landelijke kengetallen. Het verschil ten opzichte van de norm is met een index 97 echter niet groot.
- De nieuwbouwontwikkelingen in de komende jaren bieden interessante mogelijkheden voor de winkels in dit gebied. Niet alleen door de groei van het aantal inwoners, maar ook door de groei van de kantoorruimte en hotel accommodaties. Het huidige karakter van dit gebied sluit goed aan bij de doelgroepen die zich de komende jaren in deze wijk zullen vestigen. Van belang is daarom, dat deze winkelstraat haar huidige authentieke en onderscheidende karakter kan behouden en met deze eigen identiteit een meerwaarde heeft ten opzichte van de omliggende centra.
- Op basis van de gangbare DPO berekeningen biedt een groei met ruim 7.000 inwoners in 2030 eventueel ook mogelijkheden om in Utrecht West ruimte toe te voegen voor commerciële voorzieningen. De DPO berekening laat zien, dat hierdoor 9.000 – 10.000 m2 wvo beschikbaar komt. De verwachting is echter ook, dat door de groei van online retailing in de komende jaren minder winkelvloeroppervlakte nodig zal zijn per inwoner. Daarnaast is er in Utrecht West nog ruim 2.100 m2 beschikbaar. De feitelijke uitbreidingsmogelijkheden zullen daardoor veel beperkter zijn dan deze 6.000 – 7.000 meter. (Totaal minus huidige beschikbare ruimte van 2.100 m2) Verder is als randvoorwaarde van belang dat de invulling van een dusdanige kwaliteit is, dat dit zelfstandig ook trekkracht kan realiseren en structuurversterkend werkt. (aantoonbare impact heeft op de toe- en afvloeiingscijfers). De eerste beschrijvingen van de nieuwbouwplannen laten zien, dat voor de inwoners in deze gebieden ook ruimte is gereserveerd voor commerciële voorzieningen in hun directe woonomgeving. De uitbreidingsruimte lijkt hierdoor goeddeels ingevuld. Het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat heeft met haar bijzondere retail ambiance en de aanwezigheid van trekkers als Albert Heijn en Kruidvat echter wel mogelijkheden.

De gegevens zijn gebaseerd op de "bestedingen in winkels" zoals deze door Detailhandel.info i.s.m. INretail zijn samengesteld. In deze cijfers is voor 2018 een correctie voor online aankopen opgenomen. In dit cijfer is dan nog geen rekening gehouden met de landelijke trends en ontwikkelingen in de toekomst voor online retail.

Consument, locatie en leefstijlen analyse van het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat in Utrecht

De analyses

Inleiding

- In opdracht van de gemeente Utrecht heeft DISCvision een analyse gemaakt van het winkelgebied Kanaalstraat - Damstraat.
  Hierbij is gekeken naar de volgende aspecten:
  - ✓ Het verzorgingsgebied (afbakening en beschrijving van het leefstijl en demografisch profiel van de huishoudens)
  - ✓ Het aanbod (Locatus indeling, retail, horeca en dienstverlening)
  - ✓ De woningbouw ontwikkeling is de komende jaren en de effecten daarvan op het aantal inwoners en hun bestedingen in het marktgebied.
- De beschrijving van het verzorgingsgebied is gebaseerd op gegevens van het CBS (wijk en buurtstatistieken 2018) en de geografische leefstijlen database van DISCvision. In deze database zijn de DISC leefstijlverhoudingen op 6 positie postcode beschikbaar.
  Voor het in kaart brengen van de bezoekersstromen en de kwalitatieve beoordeling van de het winkelgebied is gebruik gemaakt van de cijfers uit het Koopstromenonderzoek randstad 2016 en 2018 (KSO2016/ KSO2018). Van de respondenten uit dit onderzoek is ook het leefstijl profiel bekend.
- Bij het in kaart brengen van het aanbod is gebruik gemaakt van de Locatus database 2018. De Locatus gegevens zijn tijdens verschillende bezoeken aan dit winkelgebied geactualiseerd naar de situatie van januari 2019.
- De nieuwbouw en binnenstedelijke herontwikkeling is in kaart gebracht aan de hand van de gegevens die in de meerjarenprojectie stedelijke ontwikkeling (MPSO) van de gemeente Utrecht zijn genoemd voor de wijk Utrecht West en de binnenstad.
- De DPO prognose voor Utrecht West en het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat is gebaseerd op de kengetallen en rekenmethode voor Ruimtelijk Economisch Onderzoek 2017 die INretail en Panteia hebben opgesteld.
- Meer informatie over de achtergronden van de analyses zijn opgenomen in de bijlagen.
- In deze rapportage zijn de beschikbare gegevens uit deze onderzoeken en databases samengebracht en van een nadere duiding voorzien. De rapportage geeft daarmee een gedetailleerd beeld van de huidige situatie en biedt een basis voor verder beleid- en besluitvorming met betrekking tot het functioneren en het toekomstperspectief van de beschreven gebieden.

Deel 1

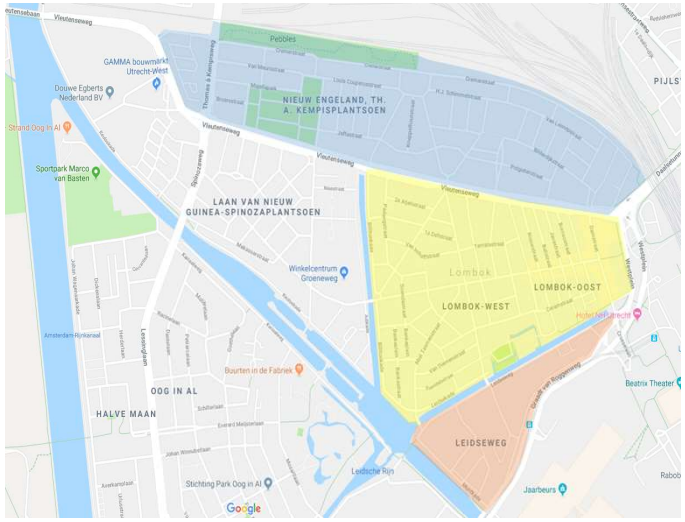
Het verzorgingsgebied en de inwoners

Het verzorgingsgebied van de winkels aan de Damstraat en Kanaalstraat.

Het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat* loopt als een rode draad door de buurten Lombok Oost en Lombok West. De 130 winkels in dit winkelgebied vullen samen zo'n 25% van het totale winkelvloeroppervlak van Utrecht West in.

De koopstromen worden maar in beperkte mate bepaald door de geografische barrières zoals de Vleutenseweg en de zijtakken van het Amsterdam Rijnkanaal in dit gebied. Het beperkte retail aanbod in de buurten Leidseweg en Nw. Engeland, Th A. Kempis plantsoen e.o. zorgen ervoor, dat de inwoners uit deze wijken ook regelmatig de Damstraat en Kanaalstraat bezoeken. De inwoners van de buurt Laan van Nieuw Guinea – Spinoza plantsoen zijn voor hun inkopen meer gericht op de winkels in het winkelcentrum Groeneweg.

In het **primaire verzorgingsgebied** wonen 18.975 van de in totaal 29.345 inwoners in de wijk Utrecht West.
De winkels in de Kanaalstraat – Damstraat hebben vooral aanbod in dagelijkse producten. Het aanbod in de branchegroepen mode & luxe producten, Vrije tijd en In & om het huis is, mede door de ligging in de nabijheid van het hoofdwinkelgebied Utrecht Centrum, beperkt.



Het primaire verzorgingsgebied
Uit het KSO2016 en -2018 komt naar voren dat de inwoners uit de buurten
- Lombok Oost en –West (**gele** gebied)
- Nieuwe Engeland, Th A. Kempis plantsoen e.o. (**blauwe** gebied)
- Leidseweg (**rode** gebied) hun aankopen voornamelijk in dit winkelgebied doen.

Het secundaire verzorgingsgebied bestaat uit
- de andere buurten in de wijk Utrecht West (11% van de omzet),
- de andere wijken in de gemeente Utrecht (18% van de omzet)

De overige gemeenten in het onderzoeksgebied worden tot **het tertiaire verzorgingsgebied** gerekend. (Utrecht, N- en Z-Holland; 9%)

*Het winkelgebied wordt aangeduid als de Damstraat en Kanaalstraat. Volgens de Locatus definitie zijn dit de belangrijkste winkelstraten van het winkelgebied Lombok.
Ook de winkels in de Borneostraat, Jan Pieterszoon Coenhof, Jan Pieterszoon Coenstraat, Leidsekade, Moskeeplein, Riouwstraat en de Vleutenseweg die direct aansluiten bij de Damstraat of Kanaalstraat zijn hierin opgenomen.

Leefstijl en demografisch profiel van de inwoners.

Wijk Utrecht West

DISC leefstijl	Utrecht	Wijk 01 Utrecht West	Index
Rood	8,3	9,3	112
Oranje	10,8	10,7	99
Geel	8,5	7,1	83
Lime	13,4	10,9	81
groen	13,6	14,6	107
Aqua	15,5	15,5	100
Blauw	9,2	9,8	107
Paars	20,7	22,1	107

Geslacht en leeftijd	Utrecht	Wijk 01 Utrecht West	Index
Aantal inwoners	347.483	29.345	
Mannen	49%	48%	98
Vrouwen	51%	52%	102
0 tot 15 jaar	17%	16%	91
15 tot 25 jaar	16%	16%	100
25 tot 45 jaar	36%	41%	114
45 tot 65 jaar	21%	19%	91
65 jaar of ouder	10%	9%	85

Gezinssituatie	Utrecht	Wijk 01 Utrecht West	Index
Aantal huishoudens	178.186	15.680	
Gemiddelde huishoudensgrootte	1,9	1,8	95
Eenpersoonshuishoudens	52%	54%	104
Huishoudens zonder kinderen	22%	23%	104
Huishoudens met kinderen	26%	23%	88
Ongehuwd	64%	70%	109
Gehuwd	27%	22%	83
Gescheiden	5,9%	4,7%	79
Verweduwd	2,8%	2,6%	95

Land van herkomst	Utrecht	Wijk 01 Utrecht West	Index
Autochtoon	65%	68%	105
Westers totaal	12%	12%	104
Niet-westers totaal	23%	19%	85
Marokko	8,8%	6,1%	70
Ned. Antillen en Aruba	0,8%	0,6%	82
Suriname	2,3%	1,7%	73
Turkije	4,0%	4,3%	106
Overig niet-westers	7,1%	6,7%	95

Woonomgeving	Utrecht	Wijk 01 Utrecht West	Index
Percentage eengezinswoning	43%	36%	84
Percentage meergezinswoning	57%	64%	112
Percentage bewoond	95%	96%	101
Percentage onbewoond	5,0%	4,0%	80
WOZ (E. x 1000)	235	230	98
Koopwoningen	45%	52%	116
Huurwoningen totaal	53%	46%	87
Eigendom onbekend	2,0%	1,0%	50
Bouwjaar voor 2000	77%	89%	116
Bouwjaar vanaf 2000	23%	11%	48
Personenautos per huishouden	0,7	0,6	86

Welstand	Utrecht	Wijk 01 Utrecht West	Index
Gemiddeld inkomen per inwoner (E. x 1000)	25,7	26,8	104
Actieven 15-75 jaar	61%	64%	106
40% huishoudens met laagste inkomen	50%	49%	99
20% huishoudens met hoogste inkomen	20%	20%	104
Huishoudens met een laag inkomen	10%	9%	88
Huishoudens onder of rond sociaal minimum	9%	8%	93
Personen per soort uitkering; Bijstand	3,3%	3,0%	90
Personen per soort uitkering; AO	3,9%	3,3%	83
Personen per soort uitkering; WW	1,8%	1,9%	109
Personen per soort uitkering; AOW	9,6%	8,1%	85

In deze tabel is de vergelijking gemaakt van het profiel van “alle 29.345 inwoners in de wijk Utrecht West” en “alle inwoners van de gemeente Utrecht”.
De index geeft het verschil tussen deze wijk en Utrecht totaal weer.
In rood: significant lager dan totaal Utrecht; groen: significant hoger dan totaal Utrecht.

DISC VISION Behavioural Economics

Leefstijl en demografisch profiel van de inwoners

Primaire verzorgingsgebied* Kanaalstraat en Damstraat

DISC leefstijl	Utrecht	Kanaalstraat & Damstraat	Index
Rood	8,3	10,5	127
Oranje	10,8	11,1	103
Geel	8,5	6,8	80
Lime	13,4	10,6	79
groen	13,6	15,4	113
Aqua	15,5	13,6	88
Blauw	9,2	9,4	103
Paars	20,7	22,6	109

Geslacht en leeftijd	Utrecht	Kanaalstraat & Damstraat	Index
Aantal inwoners	347.483	18.975	
Mannen	49%	47%	97
Vrouwen	51%	53%	103
0 tot 15 jaar	17%	12%	70
15 tot 25 jaar	16%	17%	112
25 tot 45 jaar	36%	46%	128
45 tot 65 jaar	21%	17%	82
65 jaar of ouder	10%	7%	71

Gezinssituatie	Utrecht	Kanaalstraat & Damstraat	Index
Aantal huishoudens	178.186	11.170	
Gemiddelde huishoudensgrootte	1,9	1,7	90
Eenpersoonshuishoudens	52%	59%	114
Huishoudens zonder kinderen	22%	23%	105
Huishoudens met kinderen	26%	18%	69
Ongehuwd	64%	74%	115
Gehuwd	27%	19%	72
Gescheiden	5,9%	4,5%	77
Verweduwd	2,8%	2,1%	77

Land van herkomst	Utrecht	Kanaalstraat & Damstraat	Index
Autochtoon	65%	65%	99
Westers totaal	12%	13%	113
Niet-westers totaal	23%	22%	96
Marokko	8,8%	7,5%	85
Ned. Antillen en Aruba	0,8%	0,7%	93
Suriname	2,3%	2,0%	89
Turkije	4,0%	5,9%	146
Overig niet-westers	7,1%	6,1%	86

Woonomgeving	Utrecht	Kanaalstraat & Damstraat	Index
Percentage eengezinswoning	43%	29%	66
Percentage meergezinswoning	57%	71%	125
Percentage bewoond	95%	96%	101
Percentage onbewoond	5,0%	4,3%	87
WOZ (E. x 1000)	235	206	88
Koopwoningen	45%	45%	99
Huurwoningen totaal	53%	54%	101
Eigendom onbekend	2,0%	1,9%	96
Bouwjaar voor 2000	77%	89%	115
Bouwjaar vanaf 2000	23%	11%	48
Personenautos per huishouden	0,7	0,4	58

Welstand	Utrecht	Kanaalstraat & Damstraat	Index
Gemiddeld inkomen per inwoner (E. x 1000)	25,7	25,0	97
Actieven 15-75 jaar	61%	63%	103
40% huishoudens met laagste inkomen	50%	55%	112
20% huishoudens met hoogste inkomen	20%	15%	79
Huishoudens met een laag inkomen	10%	10%	101
Huishoudens onder of rond sociaal minimum	9%	10%	110
Personen per soort uitkering; Bijstand	3,3%	3,7%	111
Personen per soort uitkering; AO	3,9%	3,9%	98
Personen per soort uitkering; WW	1,8%	2,0%	112
Personen per soort uitkering; AOW	9,6%	6,7%	69

In deze tabel is de vergelijking gemaakt van het profiel van "alle 18.975 inwoners in het primaire verzorgingsgebied van de Kanaalstraat – Damstraat*" en "alle inwoners van de gemeente Utrecht". De index geeft het verschil tussen de buurten in dit verzorgingsgebied en Utrecht totaal weer.
In rood: significant lager dan totaal Utrecht; groen: significant hoger dan totaal Utrecht.
* inwoners van de buurten Lombok–Oost en –West; Nieuwe Engeland, Th A. Kempis plantsoen e.o. en de buurt Leidseweg.

DISC VISION Behavioural Economics

Het profiel van de inwoners in Utrecht west en het primaire verzorgingsgebied

- Leeftijd en gezinssamenstelling
  In Utrecht West is de groep eenpersoonshuishoudens (54%) en huishoudens zonder kinderen(23%) relatief sterk aanwezig. Samen vormen deze twee groepen ruim driekwart van de inwoners van dit gebied, terwijl deze groepen in de hele stad Utrecht 74% van de huishoudens vormen. De inwoners zijn relatief jonger. 57% van de inwoners in Utrecht West heeft een leeftijd tussen 15 en 45 jaar. (Utrecht: 52%).
  In het *primaire verzorgingsgebied* van de Kanaalstraat – Damstraat zijn deze verschillen nog iets groter, hier bestaat 59% uit eenpersoons huishoudens en 23% uit tweepersoons huishoudens. 63% van de inwoners heeft een leeftijd tussen 15 en 45 jaar.

- Welstand
  Het gemiddelde inkomen per inwoner ligt in Utrecht West iets hoger dan het gemiddelde in deze gemeente. (€. 26.800 euro versus €. 25.700 gemiddeld in Utrecht.) In het *primaire verzorgingsgebied* ligt het inkomen met €. 25.000 euro echter iets lager dan gemiddeld in Utrecht (index 97).
  52% van de woningen in Utrecht West zijn koopwoningen. In het primaire verzorgingsgebied van de winkels aan de Kanaalstraat – Damstraat is dit 45%.
  Ook de WOZ waarde (€. 206.000) ligt hier iets lager dan gemiddeld in Utrecht West (€. 230.000)

- Land van herkomst.
  35% van de inwoners in de gemeente Utrecht hebben een niet-Nederlandse komaf. Voor de inwoners in het primaire verzorgingsgebied van de Kanaalstraat - Damstraat geldt dit voor 36%. Marokko (8,3%) en Turkije (5,1%) zijn hierbij de belangrijkste herkomstlanden. In de hele wijk Utrecht West heeft 32% een niet Nederlandse komaf.

  De demografische gegevens laten hiermee duidelijk zien dat de inwoners in het primaire verzorgingsgebied van de Kanaalstraat – Damstraat een iets ander profiel hebben dan de andere inwoners in de wijk Utrecht west. Het is een gebied met overwegend jonge een en twee persoonshuishoudens, ofwel studenten en starters op de arbeidsmarkt die relatief vaker wonen in een huurwoning. Ook het auto bezit ligt met 0,4 auto's per huishouden duidelijk onder het gemiddelde in Utrecht (0,7) of het landelijke cijfer (1,1 auto per huishouden).

- Leefstijl
  De demografische verschillen komen ook voor een deel naar voren in de leefstijl groepen. In Utrecht West zijn de ondernemende en dynamische leefstijlen Paars en Rood sterk vertegenwoordigd. Dit zijn vaak jonge hoog opgeleide consumenten die houden van een levendig grootstedelijk woonmilieu. Daarnaast zien we een oververtegenwoordiging van de Groene en Blauwe doelgroep. In deze groepen treffen we vaker de stedelijke senioren. Consumenten die al een groot deel van hun leven in de grote steden wonen en hier hecht mee verankerd zijn. Ook onder de inwoners met een migratie achtergrond zijn de doelgroepen Groen en Blauw vaak sterker vertegenwoordigd.

De acht doelgroepen in het DISC marketing model

De vier hoofdgroepen

Vernieuwend, focus op trends en originaliteit.
Geld is een middel om te kunnen besteden.
Extraverte levenshouding

Merken staan voor innovatie en design

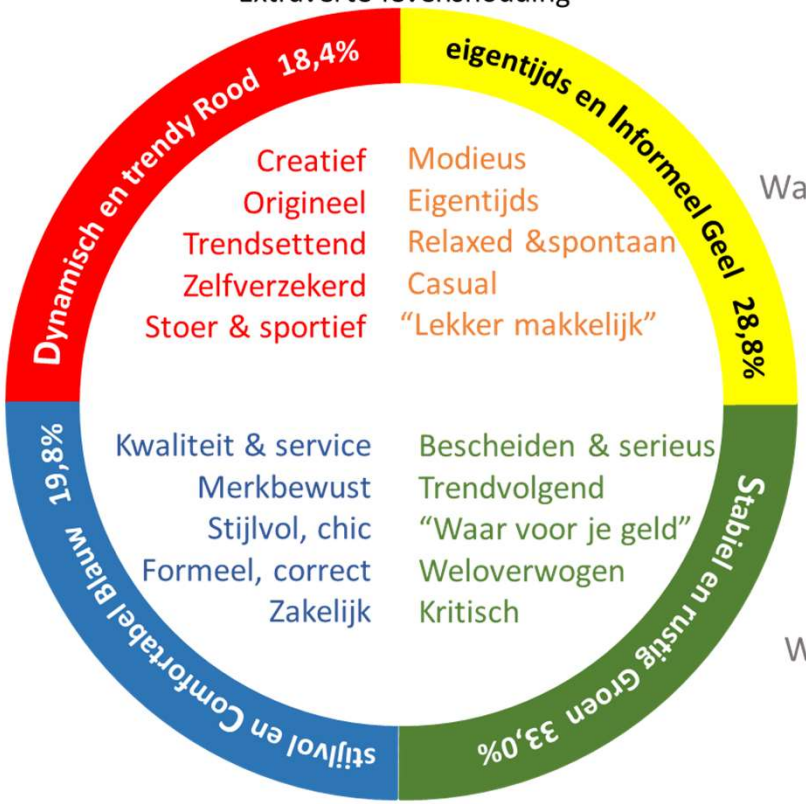
Budget gericht.
Wat *kunnen* we besteden?

Focus op product en merken

Individu

Groep

Focus op budget



Merken staan voor status en reputatie

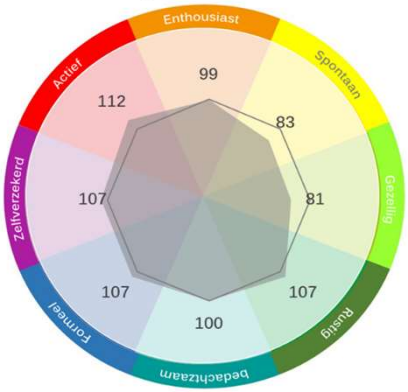
Functioneel gericht.
Wat *willen* we besteden?

Behoudend, trendvolgend, rustig en rationeel.
Meer focus op aanvullen en vervangen
Geld is een bezit, investeren en doelgericht uitgeven

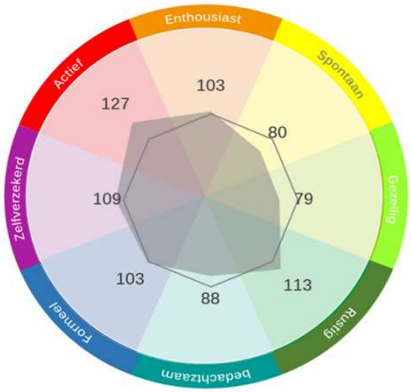
DISC VISION
Behavioural Economics

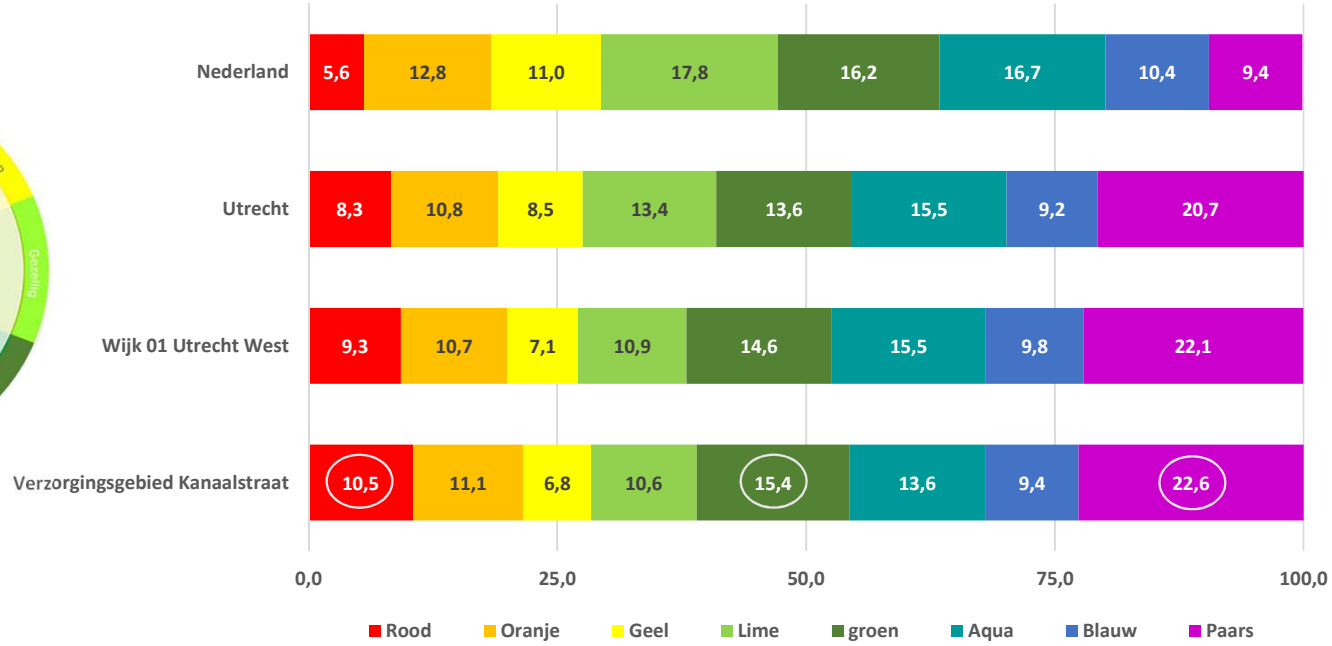
De DISC leefstijlen in Utrecht West en het primaire verzorgingsgebied van de Damstraat – Kanaalstraat.

Wijk Utrecht West



Verzorgingsgebied
Kanaalstraat - Damstraat

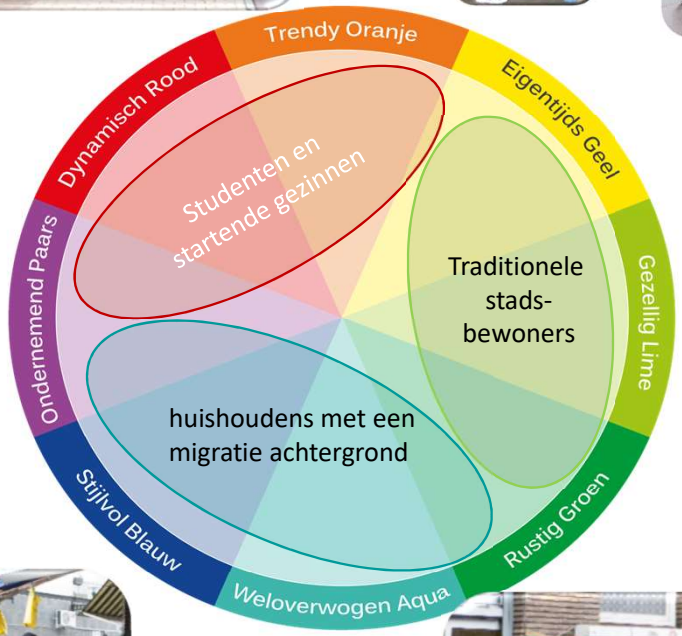




In de cirkeldiagrammen wordt met het grijze vlak en de indexcijfers het verschil van de doelgroepen in het verzorgingsgebied ten opzichte van alle inwoners uit de gemeente Utrecht weergegeven. (De lijn = index 100.) Dit geeft in één oogopslag de doelgroep oriëntatie weer. In de rechter grafiek zijn de verhoudingen per leefstijlgroep weergegeven, met de gemeente Utrecht en Nederland totaal als referentie. In het verzorgingsgebied rond de Kanaalstraat - Damstraat zijn twee klantgroepen relatief sterk aanwezig: de Rood – Paarse doelgroep (dynamische en zelfverzekerde jonge stedelingen) en de meer traditionele Groene doelgroep (stedelijke senioren en multiculturele samenlevers)

DISC VISION
Behavioural Economics

De inwoners van het gebied en hun leefstijl oriëntatie



Leeswijzer:
In Utrecht West zien we drie groepen inwoners regelmatig terug in het straatbeeld.
Deze drie groepen zijn hier weergegeven, met de leefstijl oriëntatie die *vaker* naar voren komt bij deze groepen.
Natuurlijk zullen er ook “nieuwe stedelingen” zijn met een Groene leefstijl, of huishoudens met een migratie achtergrond en een Oranje leefstijl, maar dit is verhoudingsgewijs beperkt. (bv een index 50 t.o.v. de omvang van de groep)
De indeling geeft zo een impressie van de bewoners en de leefstijlgroep die daarbij relatief vaak naar voren komt.

DISC VISION
Behavioural Economics

De leefstijlkaart van het verzorgingsgebied

De leefstijlkaart van Utrecht West laat zien dat in het primaire verzorgingsgebied twee klantgroepen sterk vertegenwoordigd zijn. Eenderde van de consumenten heeft een ondernemende en dynamische Paarse of Rode leefstijl. Dit zijn vaak jongere en hoog opgeleide consumenten die graag in een levendige stadswijk wonen in de nabijheid van het centrum en de daar aanwezige voorzieningen. De voorzieningen in de directe omgeving vinden zij van belang voor het ontmoeten van hun vrienden en buurtgenoten. Een koffiebar of lunchroom waar je als ZP-er een paar uur kan werken of met opdrachtgevers kan afspreken spreekt hun erg aan.
De aanwezigheid van de Groene doelgroep laat zien dat de stedelijke senioren in het verzorgingsgebied rond de Kanaalstraat - Damstraat nog volop aanwezig zijn. Deze doelgroep is vaker wat berustend en traditioneler dan de nieuwe stedelingen uit de Rode en Paarse doelgroep. Het zijn vaak huishoudens die al jaren op dezelfde plek wonen en daar sterk mee verankerd zijn. Zij zijn gehecht aan hun woonomgeving en hebben meer tijd nodig om aan veranderingen te wennen.
In dit verzorgingsgebied heeft 35% van de consumenten een migratie achtergrond. Deze culturele diversiteit is in het straatbeeld duidelijk terug te zien in de vele mini supermarkten, bakkers en horeca zaken. Hier vinden we de consumenten met een Turkse of Marokkaanse achtergrond en een Groene of Blauwe leefstijl.

Sfeerimpressie van de Kanaalstraat - Damstraat

De levendigheid van de binnenstedelijke winkelstraat. Met een mix van speciaalzaken die hier al decennia gevestigd zijn, en winkels die gericht zijn op de diversiteit aan culturen die in dit verzorgingsgebied te vinden zijn.

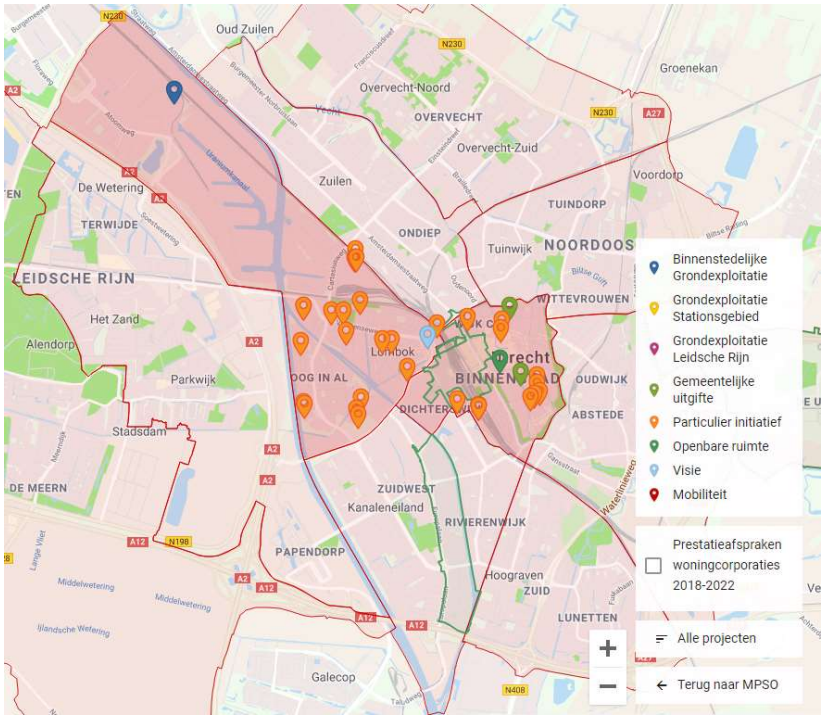
De woningbouwprojecten in Utrecht West, en het daaraan grenzende deel van de binnenstad.

Op basis van de Meerjaren Projectie Stedelijke Ontwikkeling (MPSO) van de gemeente Utrecht komt naar voren dat er in de wijk Utrecht West en het aangrenzende deel van de binnenstad de komende jaren verschillende grootschalige projecten op de planning staan.
Tot 2030 komen er in totaal ruim 3.200 woningen bij in Utrecht West en groeit het aantal inwoners van 29.345 naar 36.378* (+23,9%).

Naast het nieuwbouwprogramma (Carthesiusdriehoek, Van Sijpesteijnkade, Galaxy Tower/ Amrath hotel) wordt in Utrecht West de komende jaren nog een renovatie programma doorgevoerd voor meer dan 600 woningen.

Op iets langere termijn speelt de ontwikkeling van het Beurskwartier en Lombokplein een rol. De plannen voor dit gebied omvatten de bouw van circa 3.500 woningen, kantoren, cultuur, horeca en andere dagelijkse voorzieningen. De plannen zijn nu in voorbereiding en worden vanaf 2020 in fasen uitgevoerd. Deze plannen behoren tot de uitbreiding van de wijk Utrecht Centrum, maar worden hier met name genoemd omdat deze impact hebben op het direct in de nabijheid gelegen winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat.

Op basis van de nu bekende bouwplannen voor Utrecht West is een analyse gemaakt van de leefstijlgroepen, die passen bij de woonconcepten die in dit gebied gerealiseerd gaan worden**. Daardoor kan een prognose gemaakt worden voor de verhoudingen tussen de verschillende doelgroepen in 2030, zodat daar met de commerciële voorzieningen rekening mee kan worden gehouden.

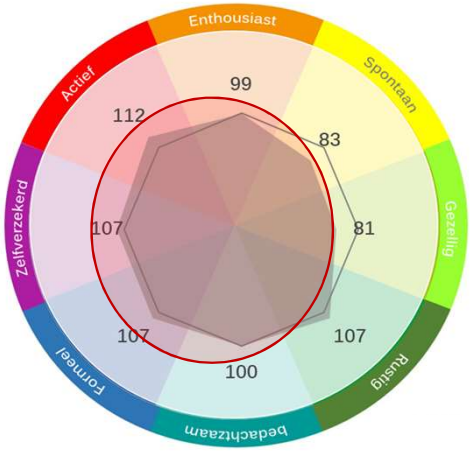


Bron MPSO kaart gemeente Utrecht, wijken Binnenstad en West.
Voor deze analyse zijn alleen de projecten in Utrecht West en de jaarbeurszijde van de binnenstad meegenomen.

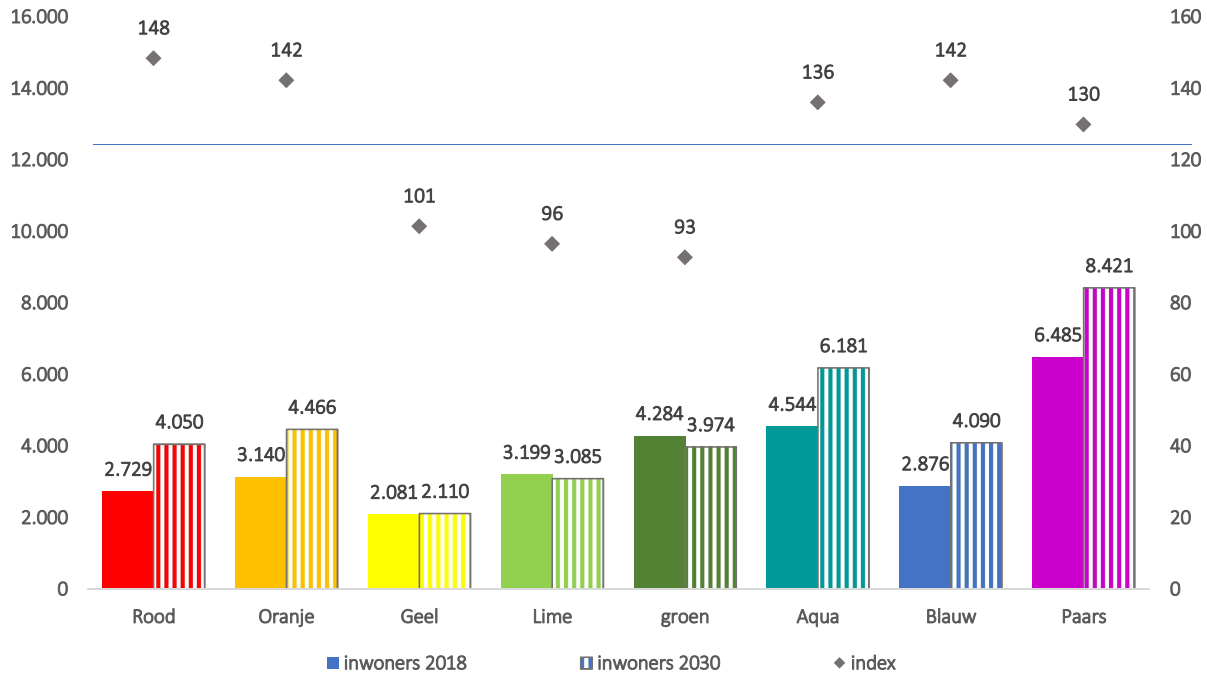
*Bron: Gemeente Utrecht, bevolkingsprognose uit 2018
** DISCvision doet in samenwerking met Springco Urban Analitics veel onderzoek naar de woonsituatie van de verschillende leefstijlgroepen.
(meest recent: DGOT Zuid Holland met 50.000 respondenten) Op basis van deze onderzoeken is informatie over de woonvoorkeuren van de leefstijlgroepen bekend, zoals grootte en type woning, gewenste woonomgeving, koop/ huur en bestedingsniveaus, gewenste buurt en voorzieningen enz.
Bij de extrapolatie van woningen en inwonersaantallen is gebruik gemaakt van de bevolkingsprognose van de gemeente Utrecht.

De verwachte ontwikkeling van de leefstijlen in de wijk Utrecht West in 2030

De wijk Utrecht west



Het grijze vlak geeft de verhoudingen voor de leefstijlen in het verzorgingsgebied weer in vergelijking met alle inwoners in Utrecht (grijze lijn, index 100)
De rode cirkel geeft een indruk van de verschuivingen tussen 2018 en 2030 op basis van de woningbouwplannen.

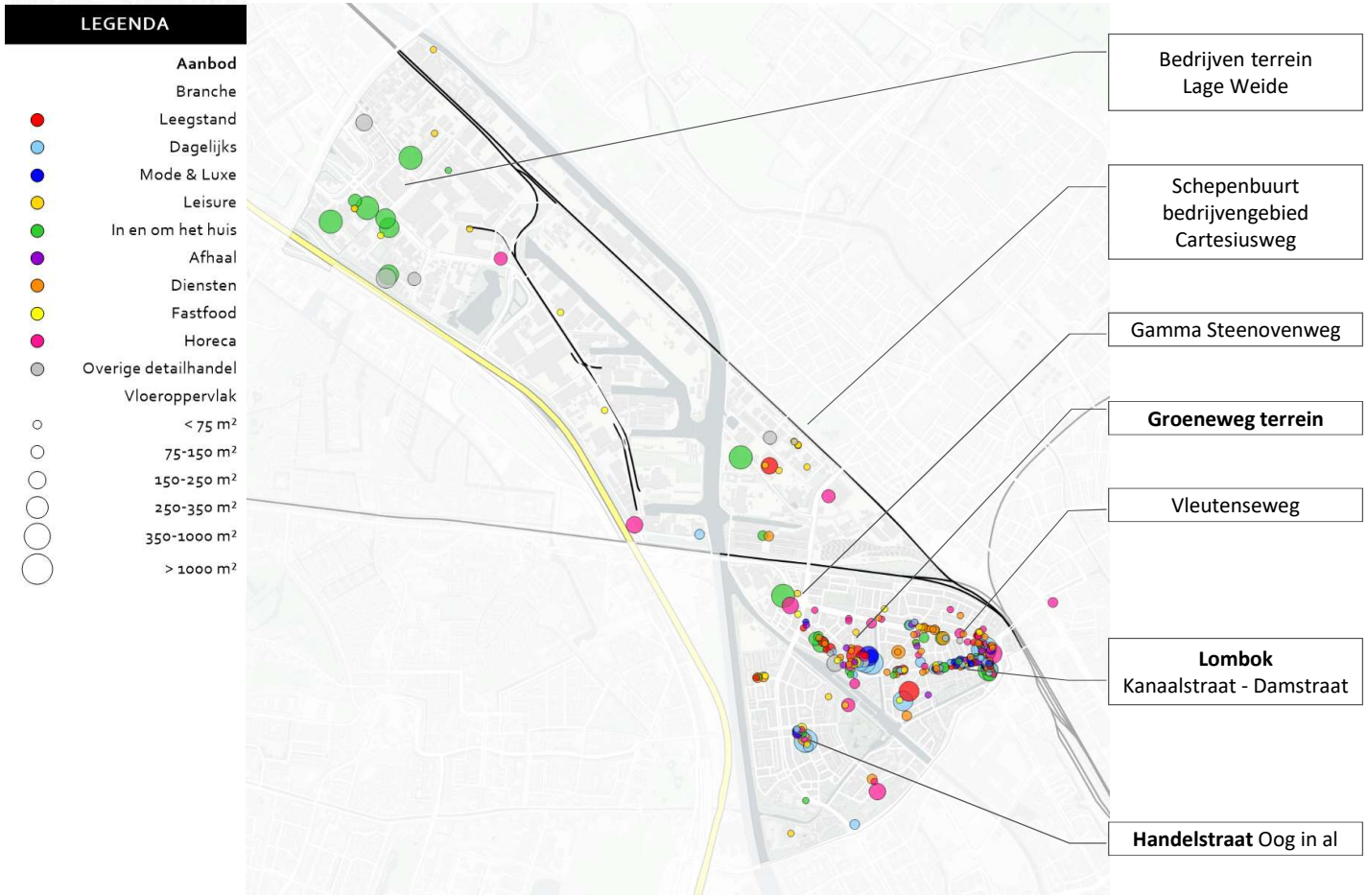


In de periode tot 2030 neemt het aantal inwoners toe met 24%.
De leefstijlgroepen Rood, Oranje, Blauw, Aqua en Paars nemen meer dan gemiddeld toe. De leefstijlgroepen Geel, Lime en Groen zijn in Utrecht West relatief minder vertegenwoordigd, en nemen nog iets af.
Deze ontwikkeling geeft het verzorgingsgebied een trendy en eigentijds karakter, met de levendige dynamiek van een moderne stadswijk. (carrière starters en stadsgezinnen) Met name de groei van Aqua, Blauw en Paars brengt ook meer economische vitaliteit in het gebied.
Deze consumenten hebben een vrij besteedbaar inkomen dat hoger ligt dan gemiddeld.

Deel 2

De commerciële voorzieningen in het verzorgingsgebied

De winkel en vrije tijd voorzieningen in Utrecht West



De kaart geeft een impressie van de winkelgebieden en verspreide bewinkeling in de omgeving van de Kanaalstraat - Damstraat.
Dit geeft een beeld van het concurrentieveld en de winkelgebieden die voor de afvloeiing van consumenten uit het primaire verzorgingsgebied eventueel van belang zijn. (Bron: Locatus, bewerking DISCvision)

Aantal verkooppunten en winkelvloeroppervlakte in Utrecht West
Bron: Locatus 2018

branche	**Lombok** Kanaalstraat - Damstraat		Winkelcentrum Groeneweg		Handelstraat		verspreide bewinkeling		bedrijventerrein		Totaal	
	Aantal vkp.	WVO	Aantal vkp.	WVO	Aantal vkp.	WVO	Aantal vkp.	WVO	Aantal vkp.	WVO	Aantal vkp.	WVO
00-Leegstand	6	315	7	931			4	559	1	300	18	2.105
11-Dagelijks	37	3.375	6	2.784	7	1.557	6	1.098			56	8.814
22-Mode & Luxe	19	1.125	3	714	1	75					23	1.914
35-Vrije Tijd							2	162			2	162
37-In/Om Huis	11	1.290	5	707	2	170	6	3.260	9	8.172	33	13.599
38-Detailh Overig	2	95	3	430			1	35	5	1.044	11	1.604
59-Leisure	28	2.007	10	517	5	313	33	2.226	18	1.265	94	6.328
65-Diensten	27	1.255	8	333	1	150	22	1.836			58	3.574
totaal	**130**	**9.462**	**42**	**6.416**	**16**	**2.265**	**74**	**9.176**	**33**	**10.781**	**295**	**38.100**

In het Locatus bestand van de gemeente Utrecht zijn 295 verkooppunten in de wijk Utrecht West genoemd.
De totale winkelvloeroppervlakte beslaat ruim 38.000 meter. Van belang is hierbij wel, dat in de Locatus gegevens van de branchegroepen 38 - Detailhandel – overig, 59 – Leisure en 65 – Diensten niet altijd de vloeroppervlakte bekend is.

Winkelgebied Lombok is met 44% van het aantal verkooppunten en 24% van de wvo het grootste winkelgebied in deze wijk.
De leegstand is met 5,5% voor geheel Utrecht West en 3,3% in de Kanaalstraat – Damstraat beperkt.
Naast het winkelgebied Lombok hebben winkelcentrum Groeneweg en de Handelsstraat een buurtverzorgende functie voor Oog in Al en de buurt Laan van nieuw Guinea – Spinozaplantsoen.
De Locatus gegevens worden door de Locatus buitendienst verzameld. Meer info hierover is opgenomen op pagina 34.

DISC VISION Behavioural Economics

De branches in het winkelgebied Kanaalstraat - Damstraat.

Voor het winkelgebied Kanaalstraat - Damstraat is de hoofdindeling van Locatus op basis van de eigen schouw in het gebied verder verfijnd.

De tabel geeft hiermee een impressie van de verschillende branches met de omvang in aantallen winkels en winkelvloeroppervlakte.

Opvallend in de branchering van de Kanaalstraat – Damstraat is de focus op dagelijkse producten en horeca.

In mode & luxe wordt een duidelijk doelgroep gericht assortiment gevoerd, dat onderscheidend is van de Utrechtse binnenstad.

BRANCHE	aantal zaken	WVO
Leegstand	6	315
11 - Dagelijkse producten		
Groente/Fruit winkel	1	45
Bakker	8	325
Toko	2	110
Kaas speciaalzaak	1	25
Minisupermarkt*	9	517
Slagerij	4	140
Slijter	2	100
Supermarkt	3	1.613
Tabak/Lectuur	2	105
Vis winkel	3	120
Apotheek	1	82
Drogist	1	193
22 - Mode & Luxe producten		
Damesmode	12	852
Lederwaren	1	50
Juwelier	4	100
Huishoud Art.	2	123
37 - In & om het huis		
Bloemen &Planten	1	50
Dierenspeciaalzaak	1	97
Computers/ telecom	2	80
Automaterialen	1	104
Fietsen	3	208
Babywoonwinkel	1	178
Slaapkamer/Bedden	1	381
Parket/Laminaat	1	192

BRANCHE	aantal zaken	WVO
38 - Overige detailhandel		
Partijgoederen	1	45
Smartshop	1	50
59 - Horeca en Vrije tijd voorzieningen		
Café	1	55
Fastfood	7	265
Bezorg/Halen	2	50
Grillroom/Shoarma	4	208
IJssalon	1	40
Lunchroom	1	40
Café-Restaurant	3	157
Restaurant	7	1.092
Amusementshal	1	
65 - Diensten		
Kapper	12	550
Schoonheidssalon/ zonnebank	4	70
Kleding reparatie	1	30
Drukwerk/Copy	1	55
Bellen-Internet & ov fin. Diensten	4	
Makelaardij	1	
Stomerij/ Wassalon	2	
Reisbureau	3	
ATM (geldautomaat)	2	

* In de categorieën 38, 59 en 65 is de WVO niet altijd bekend. Dit leid tot een onder- representatie van de m2 cijfers

* Een mini supermarkt heeft een uitgebreider assortiment dan een speciaalzaak (bv in groente en fruit) en richt zich vooral op de verkoop van dagelijkse (gemaks)producten. Een mini supermarkt heeft een wvo van maximaal 300 m2.

DISC VISION Behavioural Economics

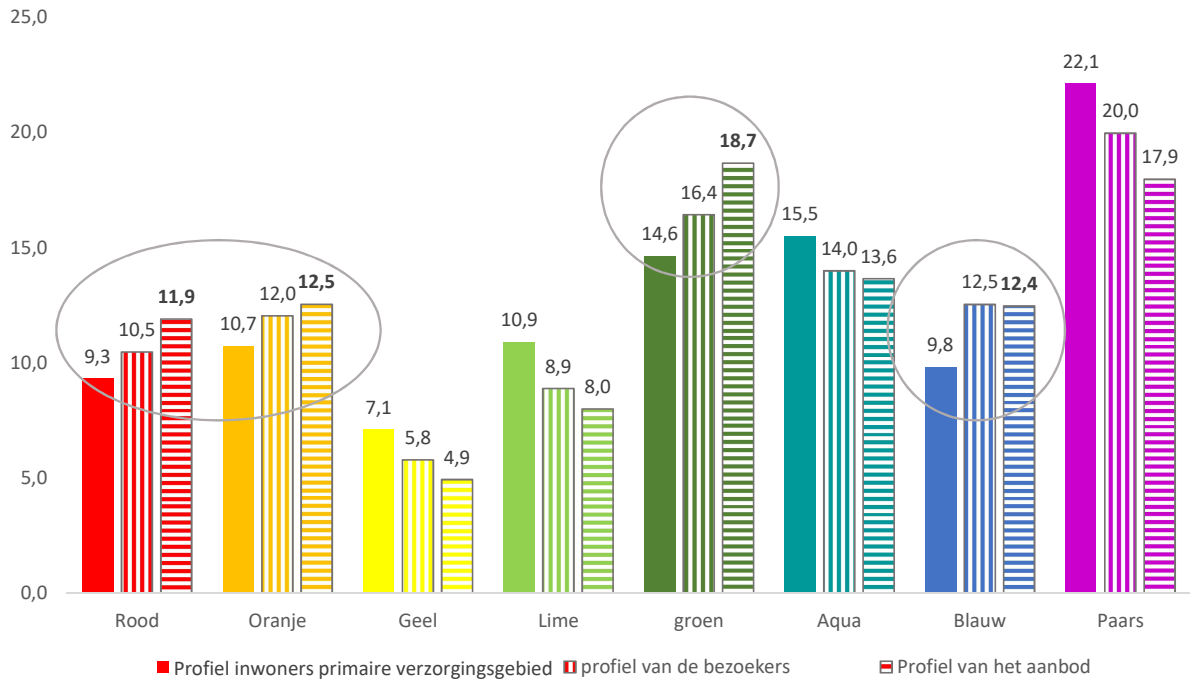
De branches aan de Kanaalstraat - Damstraat in vergelijking met andere ondersteunende winkelstraten in Utrecht

branche	Amsterdamse straatweg	Biltstraat	Lombok Kanaalstraat - Damstraat	Nachtegaalstr-Burg Reigerstr.
aantal zaken	310	67	130	129
Leegstand	9%	6%	**5%**	3%
Retail dagelijks	15%	18%	**30%**	21%
Retail mode en luxe	7%	1%	**16%**	16%
Retail in en om het huis	20%	12%	**12%**	22%
Horeca	15%	34%	**19%**	16%
Cultuur en ontspanning	2%	9%	**2%**	1%
Ambacht en diensten	29%	18%	**19%**	17%

In het Locatus bestand van de gemeente Utrecht zijn vier – min of meer – vergelijkbare "ondersteunende winkelstraten"* opgenomen.
Van deze straten is een vergelijking van het aantal winkels gemaakt, om een verdere duiding van de branchering aan de Kanaalstraat - Damstraat te geven.
In vergelijk met deze andere winkelstraten heeft de Kanaalstraat - Damstraat minder leegstand en meer dagelijks aanbod.
Het horeca & leisure aanbod is in vergelijking met de andere winkelstraten niet opvallend hoog, maar is in absolute zin met meer dan 27 zaken duidelijk aanwezig.
* Locatus typeert deze winkelstraten als "ondersteunende winkelstraten".

Het aanbod en de aansluiting bij de bezoekers en inwoners van het primaire verzorgingsgebied

De analyse van vraag en aanbod laat zien dat het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat voor verschillende klantgroepen interessant is.
Voor de doelgroepen *Rood en Oranje* geldt, dat deze groepen onder de bezoekers van het winkelgebied sterker vertegenwoordigd zijn, dan op basis van de verhoudingen onder de inwoners verwacht zou mogen worden.
Deze doelgroepen zijn dus meer op dit winkelgebied georiënteerd.
Ook in het aanbod zien we dat een relatief groter deel van het aanbod gericht is op deze doelgroepen. (authentieke lokale winkels en een uitgebreid mediterraan food aanbod)
Ook voor de *Groene en Blauwe* doelgroep heeft het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat een interessant aanbod. Consumenten uit deze leefstijlgroepen zijn ook vaker terug te vinden onder de bezoekers van de winkels in dit gebied. Het aanbod voor specifieke doelgroepen of gelegenheden (bijvoorbeeld Takshita Textile) maakt dit winkelgebied ook interessant voor consumenten die niet in het directe verzorgingsgebied wonen. De verschillen tussen het profiel van *de inwoners* in het primaire verzorgingsgebied, en *de bezoekers* laat zien dat het winkelgebied vooral ook aantrekkelijk is voor specifieke doelgroepen!

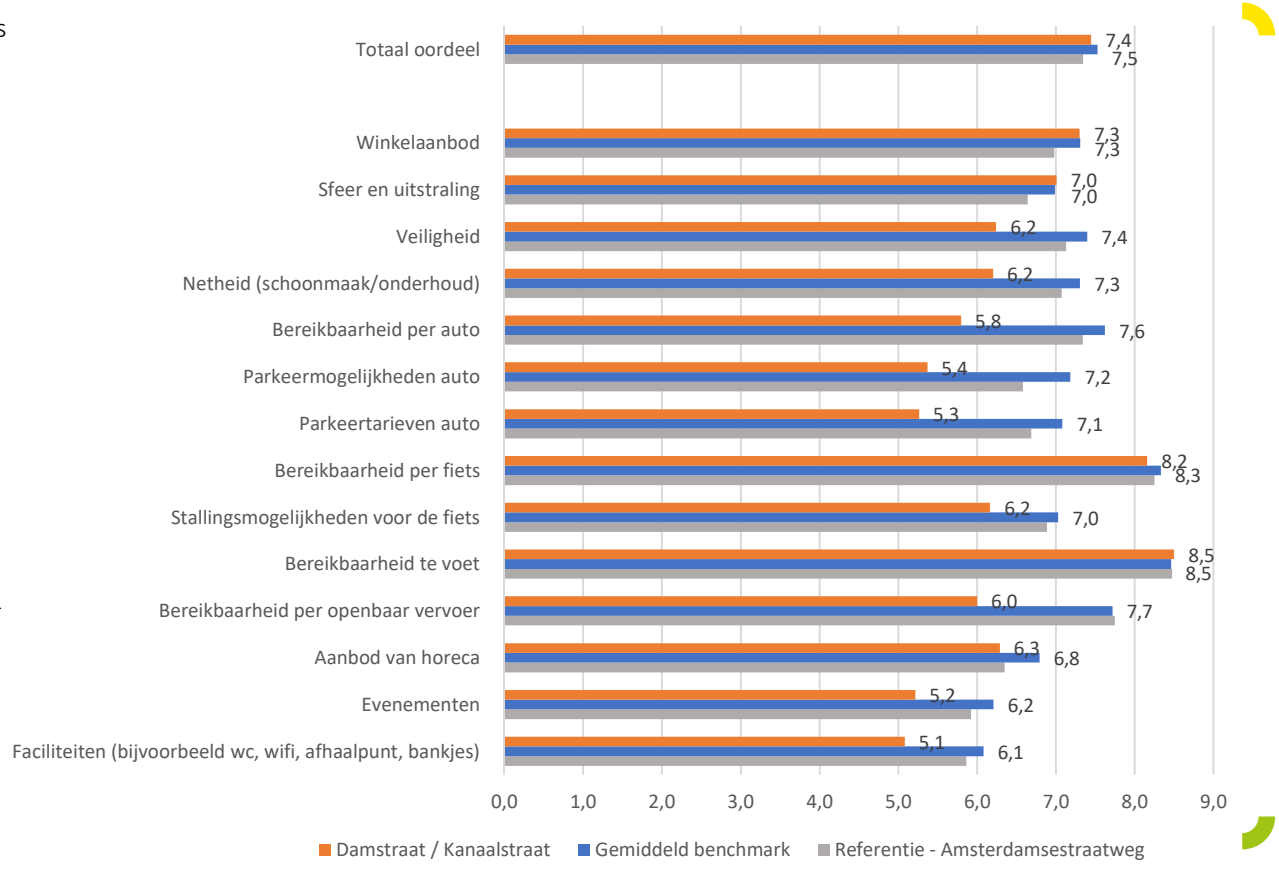


In het KSO 2016 en 2018 zijn **de bezoekers** van het winkelgebied gedefinieerd als alle consumenten die het winkelgebied bezoeken, *ongeacht* hun herkomst. (Dit kunnen dus consumenten uit het primaire, secundaire of tertiaire gebied zijn) Het profiel van **de inwoners** van het primaire verzorgingsgebied is gebaseerd op de leefstijl profielen van de inwoners uit de buurten Lombok–Oost en –West; Nieuwe Engeland, Th A. Kempis plantsoen e.o. en de buurt Leidseweg. (ongeacht of zij dit winkelgebied ook bezoeken)

Kwalitatieve beoordeling van de Kanaalstraat - Damstraat door de bezoekers. Oordeel t.o.v. benchmark ondersteunende centra.

In het KSO worden de winkelgebieden door de bezoekers beoordeeld op 14 aspecten. Daarnaast geven de consumenten een “totaaloordeel” voor het winkelgebied.
De beoordeling van het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat is in de grafiek weergegeven. Deze cijfers worden vergeleken met een benchmark, gebaseerd op de winkelgebieden met een wvo van vergelijkbare omvang. Daarnaast is de Amsterdamsestraatweg als referentiegebied meegenomen.
De vergelijking met de benchmark maakt het mogelijk om een indruk te krijgen op welke aspecten de Kanaalstraat - Damstraat het relatief goed doet, en op welke punten de bezoekers minder tevreden zijn.
Uit het KSO2016 komt naar voren dat de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden, en de veiligheid en netheid aandachtspunten voor dit winkelgebied zijn. Daarnaast ligt de waardering voor de faciliteiten en evenementen 1 rapportpunt lager dan in vergelijkbare centra.

Opm. deze waardering is gegeven in Q4 – 2016. Effecten van maatregelen die sindsdien zijn geïmplementeerd, zijn in deze cijfers nog niet zichtbaar. Op de volgende slide zijn de rapportcijfers uit de tussenmeting KSO 2018 weergegeven, die op een aantal aspecten de ontwikkelingen laten zien



DISC VISION Behavioural Economics

De beoordeling door de bezoekers in 2018, in vergelijking met 2016.

In het vierde kwartaal van 2018 is het Koopstroomonderzoek randstad wederom uitgevoerd. In deze tussentijdse update zijn niet alle aspecten meegenomen.

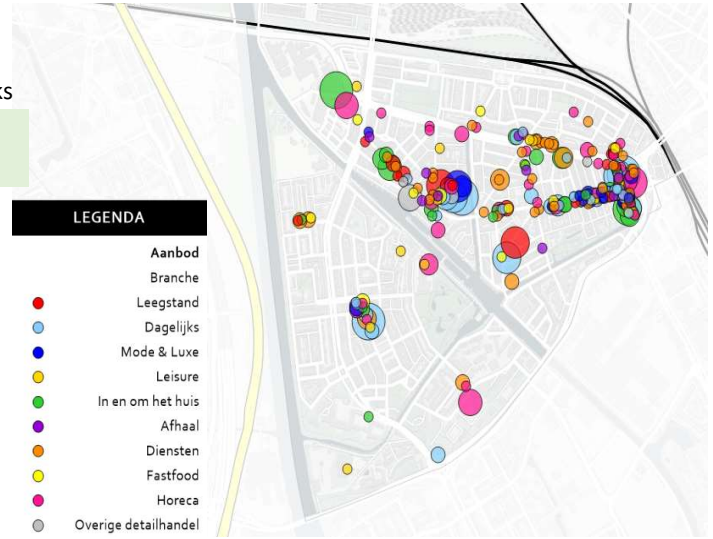
De waardering van de bezoekers voor het winkelgebied is in de periode 2016 – 2018 significant hoger geworden.
Het totaaloordeel is gestegen van 7,4 naar 8,1 en belangrijke aspecten als de sfeer en uitstraling, netheid en veiligheid zijn duidelijk verbeterd.
De bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden blijven een punt van aandacht.

	KSO 2016	KSO 2018	Ondersteunende centra 5 - 10.000 mtr
Totaal oordeel	7,4	8,1	7,6
Winkelaanbod	7,3	7,7	7,3
Sfeer en uitstraling	7,0	7,6	7,1
Veiligheid	6,2	7,0	7,5
Netheid (schoonmaak/onderhoud)	6,2	6,8	7,4
Bereikbaarheid per auto	5,8	6,1	8,1
Parkeermogelijkheden auto	5,4	6,2	7,8
Parkeertarieven auto	5,3	-	8,2
Bereikbaarheid per fiets	8,2	-	8,5
Stallingsmogelijkheden voor de fiets	6,2	7,2	7,3
Bereikbaarheid te voet	8,5	-	8,5
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	6,0	6,8	7,7
Aanbod van horeca	6,3	6,4	6,6
Evenementen	5,2	5,8	6,1
Faciliteiten (wc, wifi, afhaalpunt, bankjes)	5,1	5,6	6,1

Het bezoek aan de winkels in de Kanaalstraat - Damstraat

De inwoners van het primaire verzorgingsgebied

Waar doen zij hun aankopen?	totaal	dagelijks	niet dagelijks
Kanaalstraat / Damstraat	30%	47%	9%
Utrecht West anders	10%	17%	2%
Utrecht centrumgebied	15%	3%	31%
Utrecht overige wijken	29%	29%	29%
Randgemeenten	1%	1%	2%
Buiten Utrecht en randgem.	5%	1%	9%
Online	9%	2%	18%



De bezoekers van de Kanaalstraat / Damstraat

Waar komen zij vandaan?	totaal	dagelijks	niet dagelijks
Eigen verzorgingsgebied (Lombok Oost, - West, Nw. England Th a. Kempis e.o.)	61%	70%	39%
Overige buurten Utrecht West	11%	14%	2%
Noord west & Overvecht	5%	2%	14%
Noordoost, oost en binnenstad	5%	3%	7%
Zuid en Zuidwest	4%	5%	2%
Leidsche Rijn & Vleuten de Meern	4%	1%	9%
buiten Utrecht	9%	4%	26%

61% van de consumenten die de Kanaalstraat - Damstraat bezoeken om niet-dagelijkse producten te kopen, wonen niet in het primaire verzorgingsgebied. Dit geeft duidelijk aan dat de winkels in deze winkelstraten doelgericht vanuit een groter gebied bezocht worden en niet alleen een lokale functie hebben!

Als we kijken naar alle inwoners uit het verzorgingsgebied van de Kanaalstraat - Damstraat,
dan zien we dat gemiddeld 30% van de bestedingen van deze inwoners bij de winkels in dit winkelgebied worden gedaan. Daarbij bestaat een duidelijk verschil voor de dagelijkse en niet- dagelijkse aankopen. 47% van de dagelijkse boodschappen en 9% van de niet dagelijkse aankopen worden in dit winkelgebied gedaan. De directe nabijheid van winkelcentrum Groeneweg zorgt voor afvloeiing in de categorie dagelijks. (13% van de in totaal 17% in de categorie “Utrecht West anders”) De inwoners van dit verzorgingsgebied besteden 15% van hun budget in het centrumgebied van Utrecht, daarbij gaat het voornamelijk om niet dagelijkse producten (31%). In de categorie “Utrecht overige wijken” komen vooral winkelcentrum Nova (Kanaleneiland) en Shoppingcenter Overvecht naar voren.
Bij de groep bezoekers van de winkels aan de Kanaalstraat - Damstraat, blijkt dat 61% van de bezoekers ook uit het eigen verzorgingsgebied afkomstig zijn. 28% van de bezoekers wonen niet in Utrecht west, en 9% van de bezoekers woont buiten Utrecht. De winkels in dit winkelgebied hebben daarmee voor een deel ook een bovenlokale functie. Deze cijfers zijn gebaseerd op het Koopstromen onderzoek Randstad, en geven daarmee een beeld van de bezoekers uit de provincies Utrecht en Noord- en Zuid-Holland. Bezoekers uit andere provincies zijn nog niet in deze cijfers opgenomen.

Economisch gebruik van de ruimte en branchering
De DPO berekening voor de Kanaalstraat / Damstraat

	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd/ In & om het huis	totaal
Inwoners (CBS Statline)	18.975	18.975	18.975	18.975
Bestedingen per hoofd in € (CBS / INretail)	€ 2.525	€ 861	€ 1.122	€ 4.508
Bestedingspotentieel in € mln, na inkomenscorrectie	€ 48	€ 16	€ 21	€ 85
Koopkrachtbinding (KSO2018)	36%	11%	8%	24%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 17,1	€ 1,8	€ 1,7	€ 20,4
Omzet door toevloeiing in € mln	€ 7,3	€ 1,1	€ 0,3	€ 8,8
Totale bestedingen in € mln	**€ 24,5**	**€ 2,9**	**€ 1,9**	**€ 29,2**
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo (CBS / INretail)	€ 7.634	€ 2.662	€ 1.485	€ 4.798
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 7.246	€ 2.538	€ 1.474	€ 5.045
Haalbaar aanbod in m² wvo	3.204	1.073	1.309	5.585
Gevestigd aanbod in m² wvo (Locatus)	3.375	1.125	1.290	5.790
Marktruimte in m² wvo	**-171**	**-52**	**-19**	**-205**

In de buurten Lombok Oost en –West, Nieuwe Engeland, Th A. Kempis plantsoen e.o. en de Leidseweg wonen in totaal 18.975 consumenten.
Voor dit verzorgingsgebied is op basis van de landelijke normbestedingen en de binding en afvloeiingscijfers uit het KOS2018, een berekening gemaakt van het economisch functioneren van het winkelgebied Kanaalstraat – Damstraat.
De berekening laat zien de bestedingen op dit moment iets te laag zijn in vergelijking met de normbedragen voor het gevestigde aanbod. Ofwel: de gerealiseerde vloerproductiviteit is lager dan de (landelijke) normen. Het verschil is echter beperkt. Bij een totale winkelvloeroppervlakte die 205 meter of 3,5% minder zou zijn dan nu het geval is, zou de normomzet wel gerealiseerd worden.

De marktruimte bij de verwachte groei van de inwoners aantallen in 2030

Kengetallen uit het KSO	Gemeente Utrecht KSO2018	KSO benchmark 2018	Groei en marktruimte Wijk Utrecht -West
Aantal inwoners	347.483		7.033 inw.
Aantal winkels per 1000 inwoners			
Dagelijkse producten	1,6	2,0	11 winkels
Niet dagelijkse producten	3,5	3,8	25 winkels
Aantal winkelmeters per 1000 inwoners			
Dagelijkse producten (in m2)	327	343	2.300 m2
Niet dagelijkse producten (in m2)	1.122	966	7.891 m2

In het Koopstromenonderzoek Randstad 2018 worden de hierboven weergegeven kengetallen voor de verkoop van dagelijkse en niet dagelijkse producten gegeven.
Op basis hiervan is een berekening gemaakt van de marktruimte die ontstaat door de uitbreiding van het aantal inwoners (7.033) tussen 2018 en 2030 in Utrecht West.

In de categorie dagelijkse producten bedraagt de marktruimte in Utrecht West ongeveer 11 verkoop punten en 2.300 m2 wvo.
Bij invulling hiervan wordt de situatie in Utrecht-West gelijk aan de verhoudingscijfers die gelden voor de hele stad Utrecht.
Deze cijfers liggen dan nog iets <u>onder</u> de KSO benchmark 2018. (grote gemeenten) Volgens deze benchmark bedraagt de marktruimte 2.400 m2

In de categorie niet-dagelijkse producten bedraagt de marktruimte bij uitbreiding als gevolg van de groei van het aantal inwoners 25 verkoop punten en ongeveer 7.900 m2 WVO. Het aantal winkelmeters per 1.000 inwoners ligt in de gemeente Utrecht met 1.122 m2 echter ruim <u>boven</u> de benchmark van 966 m2.
Uitgaande van deze (lagere) benchmark bedraagt de uitbreidingsruimte 6.800 m2.

De marktruimte kan deels worden opgevangen met de huidige leegstand in de wijk Utrecht West van 18 units en 2.100 m2 wvo.
Bij de invulling is tevens van belang om rekening te houden met de ligging in de directe nabijheid van het centrum van Utrecht, de retail ontwikkelingen in de Cartesius driehoek en de plannen voor het Beurskwartier / Lombokplein. Het ligt het meest voor de hand om een eventuele uitbreiding van de commerciële voorzieningen in de directe omgeving van deze nieuwbouw te situeren. Voor de bestaande gebieden is daardoor geen ruimte voor uitbreiding van de voorzieningen, en ligt de focus meer op invulling van de huidige leegstand.
De gegevens zijn gebaseerd op de “bestedingen in winkels” zoals deze door Detailhandel.info i.s.m. INretail zijn samengesteld. In deze cijfers is voor 2018 reeds correctie voor online aankopen opgenomen. In dit cijfer is dan nog geen rekening gehouden met de landelijke trends en ontwikkelingen in de toekomst voor online retail.

Bijlagen

Bijlage 1: Achtergronden bij de WVO en DPO berekening

Voor een correcte interpretatie van de DPO berekeningen en de WVO opgave zijn de volgende kanttekeningen van belang.

- In de Locatus bestanden is voor de belangrijkste retail branches een nauwkeurige opgave van de winkelvloeroppervlakte (WVO in m2) beschikbaar.
  Dit is echter niet voor alle branches het geval. Daarom wordt voor de DPO berekeningen meestal gewerkt met de branches:
  11-Dagelijkse producten; 22-Mode & Luxe producten; 35-producten voor de Vrije Tijd en 37-producten voor In en Om het Huis.
  Dit is voor de Kanaalstraat - Damstraat van belang, omdat in deze winkelstraat ook aanbod in de overige branches beschikbaar is.
  De DPO berekeningen geven daarmee vooral een beeld van de match tussen vraag en aanbod van de retail voorzieningen.

- In het KSO2018 ligt de focus ook vooral op de vier hierboven genoemde assortimentsgroepen. Daarbij zijn de categorieën 35 en 37 samengevoegd tot 1 categorie.
  Voor deze vier assortimentsgroepen is de situatie voor binding, toe- en afvloeiing bepaald.
  Uitgangspunt is daarbij ook het aanbod dat beschikbaar was voor de consument op het moment van uitvoering van het onderzoek. (dit is vooral voor non food bestedingen van belang, omdat de binding in deze categorieën beperkt is. Een uitbreiding met interessante retailers kan tot hogere binding of toevloeiing leiden)

- Voor de DPO berekening is verder gebruik gemaakt van de gegevens die Detailhandel.info samenstelt. Daarbij is uitgegaan van de bestedingen in winkels, en niet van de totale consumenten bestedingen incl. online aankopen. Dit geeft een reëler beeld van de omzet die de ondernemers kunnen halen. Voor de extrapolatie naar 2030 is de welvaartsstijging en de koopkracht van nieuwe inwoners wel meegenomen maar de inflatie niet, omdat dit zowel in de consumentenbestedingen als in de omzet per meter wvo wordt meegenomen.

- Locatus gegevens
  Locatus verzamelt informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven door het jaarlijks bezoeken van alle winkelgebieden in Nederland. Gegevens, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak en branche worden geregistreerd in de database van Locatus. Deze inventarisatie wordt uitgevoerd door een team van buiten- en binnendienstmedewerkers. De belangrijkste bron van de database is veldwerk. De buitendienst controleert de winkels op naam, adres, branche en ligging. Verder meten zij het winkelverkoopvloeroppervlak van alle units die behoren tot de detailhandel. De binnendienst verzamelt gegevens over de organisaties achter de winkels door enquêtes te versturen en door telefonisch onderzoek. Tevens wordt met een groot aantal partijen (KvK, BAG, retail organisaties) rechtstreeks informatie uitgewisseld.

Bijlage 2: Onderzoek verantwoording

- Aan het KSO 2016 hebben 100.000 inwoners uit de provincies Noord- en Zuid Holland en Utrecht deelgenomen (incl. randgebieden). Aan de update KSO2018 hebben ruim 85.000 consumenten meegedaan. Naast de vragen over hun aankopen in retail, is aan al deze respondenten ook de DISC leefstijlenmodule voorgelegd. Hiermee beschikken we in deze analyses over nauwkeurige en betrouwbare gegevens van de inwoners van de verschillende verzorgingsgebieden, maar ook over de bezoekers van de winkelgebieden. Voor de analyses van het verzorgingsgebied Kanaalstraat - Damstraat zijn 140 waarnemingen van bezoekers van het winkelgebied Kanaalstraat - Damstraat, en 357 waarnemingen van inwoners van de wijk Utrecht West beschikbaar.
  Omdat de herkomst van de bezoekers in de gehele randstad is gepeild, is bijvoorbeeld ook een bezoek van een inwoners uit Woerden of Maarsen aan de Kanaalstraat - Damstraat in Utrecht in deze cijfers opgenomen.

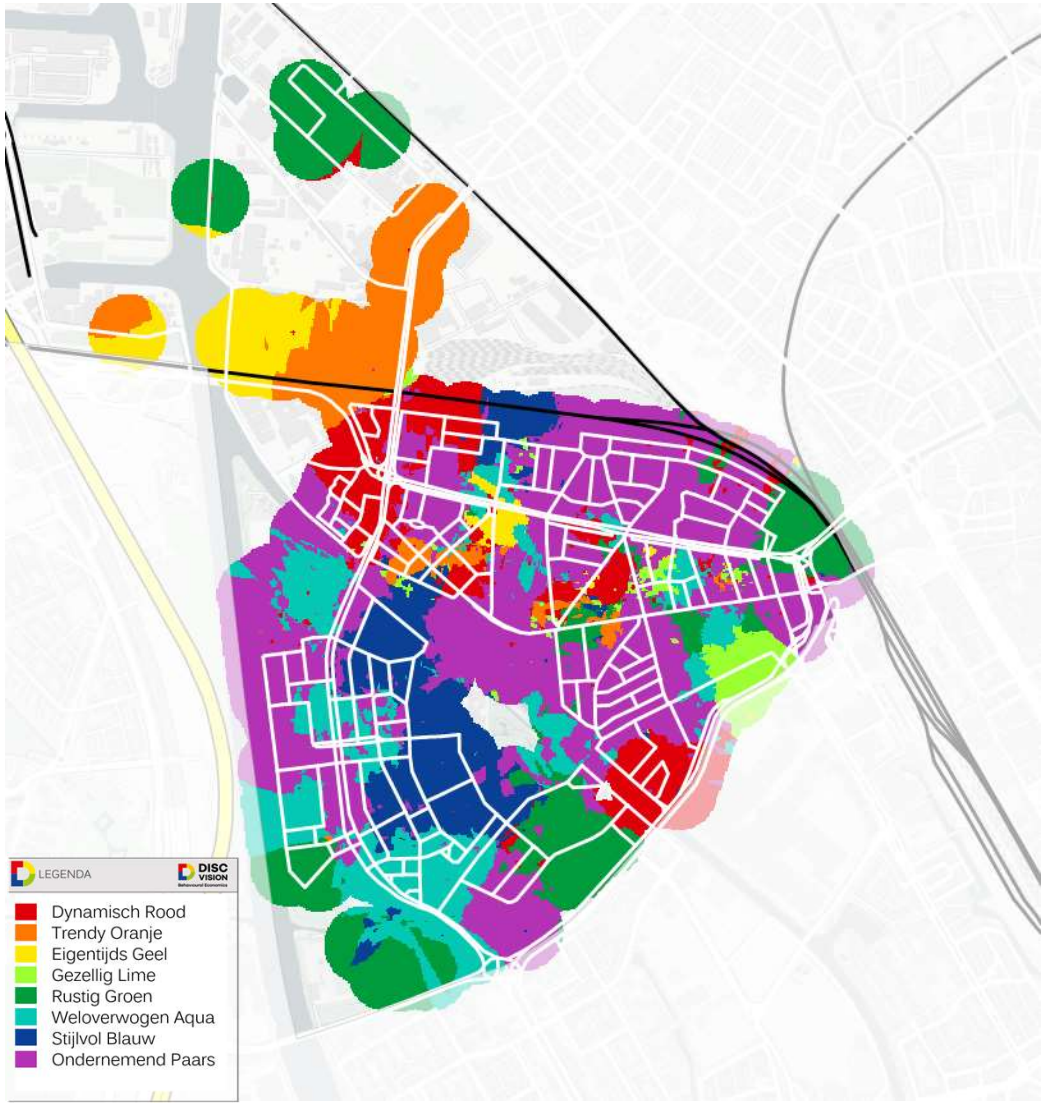
- Voor de indeling van de winkelgebieden is de Locatus indeling 2018 voor de winkelgebieden in Utrecht aangehouden.
  In deze indeling worden ook de winkels die op de kop van de zijstraten: Borneostraat, Jan Pieterszoon Coenhof, Jan Pieterszoon Coenstraat, Leidsekade, Moskeeplein, Riouwstraat en de Vleutenseweg gelegen zijn, bij het winkelgebied Kanaalstraat - Damstraat opgenomen.

- Voor het nauwkeurig in kaart brengen van de DISC leefstijlen in het verzorgingsgebied heeft DISCvision de beschikking over de geografische postcode database. In deze database is op 6 positie postcode het DISC leefstijl DNA van de inwoners bekend op basis van grootschalig consumenten onderzoek en data verrijking.
  De leefstijl profielen van de inwoners van de wijken en buurten in Utrecht zijn hierop gebaseerd.

- De match tussen vraag en aanbod, de DISC retail verkenner.
  In de DISC retail verkenner is voor de formule gebonden retailers het leefstijl profiel van de klanten op basis van marktonderzoek vastgesteld. Voor de zelfstandigen wordt een kwalitatieve beoordeling op basis van een gevalideerde lijst met 25 aspecten per winkel gemaakt. Op deze manier wordt voor alle winkels in een winkelgebied bepaald op welke leefstijlgroepen zij zich richten. (Wat is de leefstijl van hun klantgroepen) Voor het totaal per winkelgebied worden de winkelvloeroppervlaktes van Locatus als weging gebruikt.

- De benchmarkwaarden in de kwalitatieve beoordeling.
  Bij de kwalitatieve beoordeling op pagina 28 en 29 is gebruik gemaakt van de benchmark die door i&o in het KSO2016 is berekend. De omvang (m2wvo) en de functie (ondersteunend) vormen de criteria voor de selectie van deze benchmark. De benchmark is geen norm. Het is vooral een waarde die een vergelijking mogelijk maakt: welke rapportcijfers worden er zo gemiddeld gegeven aan dit type winkelgebieden. Het geeft hiermee alleen indien gewenst een referentiekader voor de lezer. De rapportcijfers zijn ook vanuit het consumenten oordeel te benaderen. (5= bijna voldoende, 6 = voldoende, 7 = ruim voldoende, 8 = goed.)

De detailkaart leefstijlen in Utrecht West



Op deze leefstijlkaart is per postcode de meest voorkomende leefstijlkleur weergegeven.

In veel gevallen zijn de andere leefstijlkleuren ook aanwezig, maar zijn die minder “dominant”.
De leefstijlkaart geeft daarmee een impressie van de leefstijlen in een wijk, buurt of straat.
In de berekeningen wordt altijd uitgegaan van de precieze leefstijlverhoudingen in een straat of buurt. (het DNA van de straat)

DISC VISION
Behavioural Economics