

**Advies : Zuid-Beijerland, Notitie
effectenanalyse uitbreiding
Konijnendijk Mode**

Datum : 12 februari 2018
Opdrachtgever : Juridisch Planologisch Adviesbureau R3
Ter attentie van : Dick van Horssen
Projectnummer : P00172
Opgesteld door : Robin van Lieshout

A. Inleiding en conclusies

Inleiding

Konijnendijk Mode in het centrum van Zuid-Beijerland is voornemens de huidige winkel met een winkel-vloeroppervlak (wvo) van circa 2.500 m² te vergroten met circa 980 m² wvo. De uitbreiding vindt plaats naast het bestaande pand aan de westzijde. De uitbreiding wordt ondervangen op twee verdiepingen, evenals de huidige winkels, waarbij op verdieping ook een restaurant wordt voorzien met een omvang van circa 197 m² (incl. keuken). In het regionale detailhandelsbeleid van de Hoeksche Waard is Konijnendijk Mode benoemd als unieke trekker die behouden moet blijven. Hierdoor is in de regionale detailhandelsvisie voorzien in een uitbreiding van Konijnendijk Mode in Zuid-Beijerland, onder de voorwaarde dat de modernisering en uitbreiding niet leidt tot onaanvaardbare effecten op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand. In dat kader is BRO gevraagd de ruimtelijk-functionele effecten van het initiatief in beeld te brengen.

Navolgend zijn de belangrijkste conclusies uit de analyse opgenomen. In paragraaf B is de analyse uitgewerkt, wat kan worden beschouwd als onderbouwing van de conclusies.

Trends en ontwikkelingen

In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de kleding, mode en schoenenbranche. Hieruit blijkt dat het initiatief van Konijnendijk Mode om de volgende redenen inspeelt op landelijke trends en ontwikkelingen:

- De consument wil beleving, service en ruime keuzemogelijkheden. Dit is binnen de kleding, mode en schoenenbranche de enige manier om te kunnen onderscheiden van het internet. Konijnendijk Mode kan worden beschouwd als modewarenhuis met veel keuzemogelijkheden onder een dak. Met de uitbreiding kan de belevingswaarde worden versterkt door meer keuzemogelijkheden te bieden en horeca in de vorm van een restaurant toe te voegen: eten is het nieuwe winkelen.
- Het initiatief speelt daarnaast in op schaalvergroting. Binnen de detailhandel hebben fysieke winkels een steeds grotere omvang nodig om de consument goed te kunnen blijven bedienen.
- Konijnendijk Mode is een unieke speler in de Hoeksche Waard. Door de uitbreiding en modernisering van de winkel kan beter worden ingespeeld op de behoefte van meerdere doelgroepen, wat inspeelt op trends en ontwikkelingen.

Detailhandelsvisie Hoeksche Waard

In de regionale detailhandelsvisie van de Hoeksche Waard zijn de beleidsmatige kaders vastgelegd voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen. Op basis van de volgende overwegingen moet geconcludeerd worden dat het initiatief past binnen het regionale detailhandelsbeleid:

- De ambitie voor het centrum van Zuid-Beijerland is zoeken naar versterking. Een concrete doelstelling is dan ook het behoud en de versterking van Konijnendijk Mode: *“Konijnendijk is momenteel een bijzondere trekker binnen het centrum en trekt koopkracht uit de hele Hoeksche Waard en zelfs daarbuiten. Ondanks het feit dat de relatie met het plein niet optimaal is, vervult de winkel wel een belangrijke rol voor het centrum. Om Konijnendijk in de toekomst te behouden, is modernisering en uitbreiding toegestaan, mits er geen onaanvaardbare effecten ontstaan op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand. De ruimtelijk-functionele relatie tussen Konijnendijk en het centrum moet versterkt worden.”*
- Een hoofdambitie van de Hoeksche Waard is het aantrekken van extra koopkracht van buiten de Hoeksche Waard (toename koopkrachttoevloeiing in niet-dagelijkse artikelen van 12% naar 15%). De aantrekkingskracht van buiten de Hoeksche Waard wordt momenteel beïnvloed door enkele unieke trekkers zoals Konijnendijk. Door uitbreiding van Konijnendijk kan wellicht meer koopkracht van buiten worden aangetrokken, waar ook andere winkels (met name in en rondom Zuid-Beijerland) van kunnen profiteren via combinatiebezoek. De uitbreiding kan daardoor bijdragen aan het behalen van een van de regionale doelstellingen.
- Een ander hoofduitgangspunt van de visie is om vernieuwing/dynamiek in de markt voldoende te faciliteren, mits dit past binnen de kaders van de detailhandelsstructuur. Het beoogde initiatief past binnen de kaders van de detailhandelsstructuur en dient daardoor conform de visie gefaciliteerd te worden.

Detailhandelsvisie Provincie Zuid-Holland

Het planinitiatief voldoet om de volgende reden aan het provinciale detailhandelsbeleid:

- In het programma ruimte en de verordening ruimte van de provincie Zuid-Holland wordt primair ingezet op detailhandelsontwikkelingen binnen bestaande centrumgebieden. Konijnendijk Mode maakt onderdeel uit van Zuid-Beijerland-centrum. Een modernisering en uitbreiding van deze zaak versterkt daarmee niet alleen de zaak zelf, maar ook het centrumgebied. Andere zaken in Zuid-Beijerland-centrum kunnen hiervan profiteren.
- Zuid-Beijerland-centrum valt binnen de categorie ‘overige centra’. Uitbreiding van de winkelruimte wordt hier beleidsmatig niet primair in voorzien, maar met de discussienota 2017 blijkt er vanuit de provincie meer ruimte te zijn voor lokaal maatwerk. Het versterken van de lokale en regionale centrumgebieden staat centraal. Het initiatief van Konijnendijk Mode draagt hier positief aan bij en kan een impuls geven aan Zuid-Beijerland-centrum en omgeving.
- In elk geval moet worden aangetoond dat het initiatief niet leidt tot een onevenredige aantasting van het woon- en leefklimaat en er mag geen onaanvaardbaar effect ontstaan op de leegstand. Zoals blijkt uit de onderhavige notitie is hier geen sprake van en sluit dit daarmee aan op de voorwaarden van de provincie voor detailhandelsontwikkelingen. Bovendien zijn geen onaanvaardbare effecten te verwachten op andere centrumgebieden in de regio.
- Detailhandelsontwikkelingen met een omvang groter dan 2.000 m² bvo moeten worden afgestemd binnen de adviescommissie detailhandel Zuid-Holland. De beoogde uitbreiding van Konijnendijk Mode betreft een omvang van circa 1.540 m² bvo en hoeft daardoor formeel niet te worden afgestemd binnen het provinciaal overlegorgaan voor detailhandel.

Ruimtelijk-functionele effecten

In bijlage 1 is de onderbouwing van de effectenanalyse opgenomen. Hieruit blijkt dat het initiatief geen onaanvaardbare effecten heeft op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat:

- Uit de marktruimteberekening blijkt dat er naar de toekomst toe enige ruimte ontstaat voor uitbreiding van het modische winkelaanbod. Hiermee is deels sprake van een kwantitatieve behoefte. De omzeteffecten van de uitbreiding van Konijnendijk Mode zijn om de volgende redenen aanvaardbaar:
 - Er ontstaat naar de toekomst toe als gevolg van de uitbreiding van Konijnendijk Mode enige distributieve uitbreidingsruimte in de gemeente Korendijk voor uitbreiding van het modische winkelaanbod.
 - Momenteel is er binnen de restauratieve sector sprake van een relatief beperkt aanbod en is op basis van het bestedingspotentieel en de omzetclaim 'ruimte' voor toevoeging van nieuw aanbod. Dit betekent dat binnen de restauratieve sprake is van distributieve uitbreidingsruimte. Onaanvaardbare effecten als gevolg van de vestiging van het restaurant in Konijnendijk Mode op de consumentenverzorging, de horecastructuur en de leegstand zijn daardoor niet te verwachten.
 - Binnen de gemeente Korendijk is Konijnendijk Mode de enige modische zaak. Door de uitbreiding en vergroting van de zaak zal de vloerproductiviteit iets dalen. Dit is echter logisch, vanwege de schaalvergroting en het extensieve ruimtegebruik.
 - Binnen de Hoeksche Waard moet als gevolg van de uitbreiding van Konijnendijk Mode rekening worden gehouden met een omzeteffect van circa -1%. Dit is zeer beperkt en kan worden beschouwd als ondernemersrisico.
 - Eventuele omzeteffecten buiten de Hoeksche Waard zullen zeer beperkt zijn, omdat deze zich over een groot gebied verspreiden. Effecten op individuele zaken zijn daardoor verwaarloosbaar.
 - Per saldo wordt niet verwacht dat er modische zaken in de Hoeksche Waard of daarbuiten zullen verdwijnen als gevolg van de uitbreiding van Konijnendijk Mode.
- De uitbreiding van Konijnendijk Mode speelt om de navolgende reden ook in op een kwalitatieve behoefte.
 - Positief effect op de consumentenverzorging: door het planinitiatief wordt een unieke trekker in de Hoeksche Waard gemoderniseerd en versterkt, wat een belangrijk uitgangspunt is in de regionale detailhandelsvisie. De keuzemogelijkheden voor de consument nemen toe. Bovendien speelt het initiatief in op landelijke trends en ontwikkelingen.
 - Positief effect op de detailhandelsstructuur: door de versterking van Konijnendijk Mode worden meer bezoekers uit een grote omgeving aangetrokken. Hier kunnen winkels in met name Zuid-Beijerland-centrum ook van profiteren. Hierdoor neemt het toekomstperspectief van het hele centrum toe, welke onderdeel uitmaakt van de regionale detailhandelsstructuur. Negatieve effecten op andere winkelgebieden in de regio zijn niet te verwachten.
 - Geen onaanvaardbare leegstandseffecten: het is op basis van eerdere conclusies niet de verwachting dat er zaken in de Hoeksche Waard of daarbuiten zullen verdwijnen als gevolg van het planinitiatief. Hierdoor zijn ook geen onaanvaardbare effecten op de leegstand te verwachten.

Eindconclusie

Het initiatief draagt positief bij aan de regionale detailhandelsstructuur, is ook concreet benoemd als wenselijke ontwikkeling in het regionale detailhandelsbeleid van de Hoeksche Waard en heeft bovendien aantoonbaar een positief effect op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur. Van onaanvaardbare effecten op de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat is geen sprake.

B. Analyse

Aanbodanalyse

In de navolgende tabel is het kleding & schoenen aanbod in de Hoeksche Waard naar gemeente weergegeven¹. De totale winkelruimte is afgezet tegen het inwonertal en vergeleken met het landelijk gemiddelde.

Tabel 1: Aanbod kleding en & schoenen Hoeksche Waard

	Inwoners	Aantal vkp	Aantal m ² wvo	Aantal m ² wvo per 1.000 inwoners
Binnenmaas	28.771	12	7.448	259
Cromstrijen	12.755	12	1.453	114
Korendijk	10.825	1	2.500	245
Oud-Beijerland	23.851	43	7.982	335
Strijen	8.766	9	653	74
Hoeksche Waard	84.968	77	20.036	236
Nederland				223

- Het kleding & schoenen aanbod in de Hoeksche Waard is met 77 winkels en een totale omvang van bijna 20.000 m² wvo relatief ruim ten opzichte van het landelijk gemiddelde.
- Er is met name een relatief ruim aanbod aanwezig in de gemeenten Binnenmaas, Korendijk en Oud-Beijerland. Het aanbod in Korendijk wordt volledig ingevuld met Konijnendijk Mode. In het centrum van Oud-Beijerland zijn relatief veel kleinschalige modezaken aanwezig.

In de navolgende tabel is het restauratieve aanbod in de Hoeksche Waard naar gemeente weergegeven². Het aantal restaurants is afgezet tegen het inwonertal en vergeleken met het landelijk gemiddelde.

Tabel 1: Aanbod restaurants Hoeksche Waard

	Inwoners	Aantal zaken	Aantal zaken per 10.000 inwoners
Binnenmaas	28.771	6	2,1
Cromstrijen	12.755	8	6,3
Korendijk ³	10.825	5	4,6
Oud-Beijerland	23.851	15	6,3
Strijen	8.766	6	6,8
Hoeksche Waard	84.968	40	4,7
Nederland			6,8

- Het restauratieve aanbod in de Hoeksche Waard is met 4,7 zaken per 10.000 inwoners relatief beperkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde van 6,8 zaken per 10.000 inwoners.

¹ Bron: Locatus Online, Peildatum februari 2018.

² Bron: HorecaDNA, Peildatum februari 2018.

³ Volgens HorecaDNA zijn er geen restaurants aanwezig, maar op basis van eigen inventarisatie blijken er circa 5 restaurants aanwezig te zijn in de gemeente.

Draagvlakanalyse

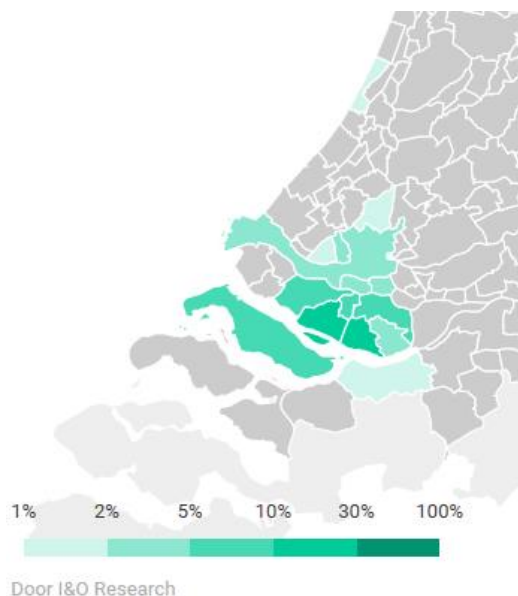
In de navolgende figuur is het aantal inwoners per gemeente in de Hoeksche Waard weergegeven⁴. Uit de tabel blijkt dat in de Hoeksche Waard rekening moet worden gehouden met een beperkte bevolkingskrimp. In de gemeente Korendijk is de bevolkingskrimp iets sterker dan in de regio.

Tabel 3.1: Bevolkingsprognose Hoeksche Waard

Gemeente	2016	2020	2025	2030	Ontwikkeling 2016 tot 2030
Binnenmaas	28.771	28.961	28.727	28.168	-2%
Cromstrijen	12.755	12.852	12.961	13.401	5%
Korendijk	10.825	11.059	10.820	10.593	-2%
Oud-Beijerland	23.851	24.108	23.710	23.235	-3%
Strijen	8.766	8.805	8.718	8.650	-1%
Hoeksche Waard	84.968	85.785	84.936	84.047	-1%

Koopstromen

Het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 (KSO2016) geeft inzicht in koopstromen op niveau van de gemeente Korendijk en de gemeenten binnen de Hoeksche Waard. Het modische aanbod in de gemeente Korendijk (Konijnendijk Mode) bindt momenteel 17% van de koopkracht uit de eigen gemeente en trekt circa 84% van de totale omzet van buiten de gemeente. Hieruit blijkt de sterke regionale aantrekkingskracht van Konijnendijk Mode. In de naastgelegen figuur is de herkomst van de totale niet-dagelijkse bestedingen uit de gemeente Korendijk weergegeven. Konijnendijk Mode is de belangrijkste trekker binnen de niet-dagelijkse sector in deze gemeente. Uit de figuur blijkt de sterke regionale aantrekkingskracht van de zaak. Circa 36% van de totale omzet in de niet-dagelijkse sector in de gemeente Korendijk komt uit de overige gemeenten in de Hoeksche Waard.



De uitbreiding van Konijnendijk Mode zal de binding op niveau houden. Wel verwachten wij dat er iets meer koopkracht van buiten kan worden aangetrokken, vanwege het unieke profiel van de modezaak. Wij gaan uit van een maximale stijging van de koopkrachttoevoeding naar 88%. Deze inschatting is gebaseerd op referentie- en ervaringscijfers en is afgestemd met de omzetverwachting van de initiatiefnemer.

Bestedingen

Op basis van de Omzetkengetallennotitie 2016 werd er in 2016 in modische winkels circa € 655,- per hoofd per jaar besteed⁵. De gemiddelde vloerproductiviteit lag in Nederland gemiddeld op € 2.885,- per m² vwo. Het inkomen in de gemeente Korendijk ligt circa 3,3% hoger dan het landelijk gemiddelde⁶. In

⁴ Bron: Hoeksche Waard, Regionale Detailhandelsvisie.

⁵ Bron: Detailhandel.info, InRetail, Omzetkengetallen 2016.

⁶ Bron: CBS Statline, besteedbaar inkomen per hoofd, 2012.

distributief-planologisch onderzoek is het gebruik om een inkomenscorrectie toe te passen bij een afwijking groter dan 5%. In dit geval wordt uitgegaan van het landelijk gemiddelde bestedingscijfer.

Op basis van trends en ontwikkelingen moet rekening worden gehouden met een afname van de toonbankbestedingen in fysieke winkels als gevolg van toenemende internetbestedingen. In de berekening is daardoor rekening gehouden met een afname van circa 10% van de bestedingen. Het gecorrigeerde (toekomstige) bestedingscijfer komt daardoor uit op € 590,- per hoofd per jaar.

Economisch functioneren en distributieve uitbreidingsruimte modische sector

In de navolgende berekening is het huidig en toekomstig functioneren van het modische aanbod in de gemeente Korendijk berekend. Benadrukt moet worden dat Konijnendijk Mode de enige modische zaak in de gemeente is, waardoor deze berekening kan worden beschouwd als uitgangspunt voor het functioneren van Konijnendijk Mode.

Tabel: Benadering huidig en toekomstig functioneren modebranche gemeente Korendijk

	Huidig functioneren (2017)	Toekomstig functioneren (2025)
Aantal inwoners	10.825	10.820
Bestedingen per hoofd (€)	655	590
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	7,1	6,4
Koopkrachtbinding	17%	17%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	1,2	1,1
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	84%	88%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	6,3	8,0
Totale besteding (€ mln.)	7,5	9,0
Huidig winkelvloeroppervlak (m² wvo)	2.500	2.500
Omzet per m² wvo (€)	3.025	3.625
Vergelijkbaar gemiddelde (€ per m² wvo)	2.885	2.885
Uitbreidingsruimte (m² wvo)	100	640

- Konijnendijk Mode functioneert momenteel iets boven het landelijk gemiddelde met een vloerproductiviteit van € 3.025,- per m² wvo per jaar.
- Door de uitbreiding van Konijnendijk Mode kan meer koopkracht van buiten de gemeente Korendijk worden aangetrokken. De beoogde uitbreiding van Konijnendijk Mode resulteert daardoor automatisch in extra marktruimte binnen de gemeente tot circa 640 m² wvo uitbreidingsruimte.
- Binnen de gemeente Korendijk zijn geen onaanvaardbare effecten op het modisch aanbod te verwachten, aangezien Konijnendijk Mode de enige zaak is. De uitbreiding van Konijnendijk Mode met 980 m² wvo zal resulteren in een daling van de huidige vloerproductiviteit van de zaak tot circa -15%⁷. Dit is een logisch effect, aangezien als gevolg van schaalvergroting en het extensieve ruimtegebruik de omzet per m² wvo daalt.

Omzeteffecten modisch aanbod in de regio

Op basis van de bovenstaande berekening moet rekening worden gehouden met circa € 1,5 mln. extra toevoeiing naar de gemeente Korendijk uit de omgeving. Eerder is aangetoond dat de huidige koop-

⁷ Als gevolg van de uitbreiding kan Konijnendijk Mode een omzet halen van circa €9,0 mln. Bij een uitbreiding van 980 m² wvo, komt de totale omvang uit op 3.480 m² wvo. Dit betekent een vloerproductiviteit van circa € 2.585,- per m² wvo per jaar. Ten opzichte van de huidige vloerproductiviteit is dit een daling van circa 13%.

krachttoevloeiing uit een zeer groot gebied komt. Wij verwachten op basis van de niet-dagelijkse omzetherkomst, zoals gemeten in het KSO2016, een verdeling van circa 40% van de toevloeiing uit de overige gemeenten in de Hoeksche Waard en 60% uit gemeenten buiten de Hoeksche Waard. Als deze verdeling wordt toegepast op de toename in toevloeiing, betekent dit een omzeteffect van € 0,6 mln. op het modisch aanbod in de Hoeksche Waard en € 0,9 mln. buiten de Hoeksche Waard.

Omzeteffect Hoeksche Waard

In de Hoeksche Waard bedraagt het modische aanbod (kleding, mode en schoenen) circa 17.536 m² vwo (excl. aanbod gemeente Korendijk). Bij een gemiddelde vloerproductiviteit conform het landelijk gemiddelde betekent dit een totale omzet van circa € 50,6 mln. (regionale omzetclaim). Extra afvloeiing naar de gemeente Korendijk van € 0,6 mln. betekent daardoor een omzeteffect van circa -1%. Dit effect is zeer beperkt en kan worden beschouwd als ondernemersrisico. Het effect buiten de Hoeksche Waard is naar verwachting nog beperkter. De extra toevloeiing als gevolg van de uitbreiding zal zich immers spreiden over dit grote gebied, waardoor de effecten per zaak zeer beperkt zullen blijven.

Het is niet te verwachten dat er zaken zullen verdwijnen als gevolg van het planinitiatief. Bovendien zijn er diverse andere invloedsfactoren op modische zaken die grotere effecten hebben, zoals:

- Toename van aankopen via het internet.
- Oriëntatie van de consument op grotere (binnen)steden met een hoge belevingswaarde en veel keuzemogelijkheden.

Effecten restauratieve sector

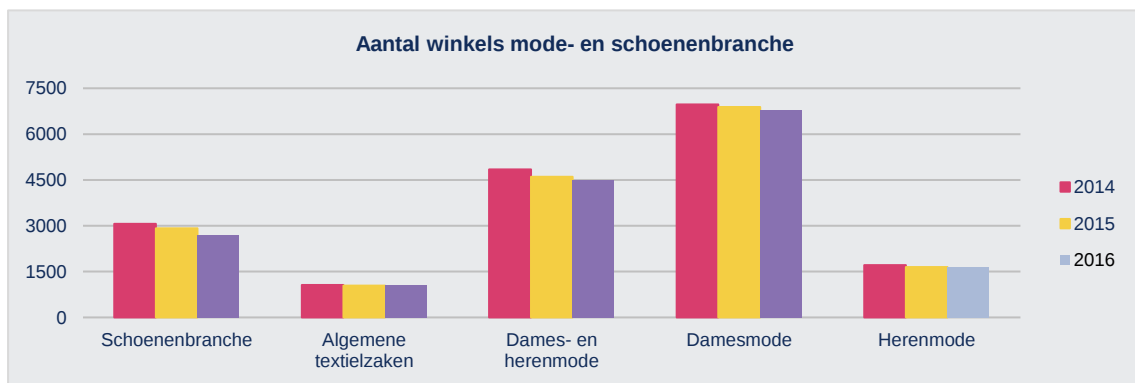
Als onderdeel van het initiatief wordt ook een restaurant beoogt van circa 197 m² (incl. keuken). Dit is relatief kleinschalig en het restaurant is uitsluitend toegankelijk via de winkel. De activiteit kan daardoor worden beschouwd als nevenactiviteit. De effecten van het restaurant zijn positief, omdat:

- Het bijdraagt aan de belevingswaarde van de winkel: shoppen en een hapje eten kan gecombineerd worden.
- Het restaurant zal primair als secundaire activiteit worden bezocht, namelijk door bezoekers die Konijnendijk Mode bezoeken voor modische aankopen. Deze bezoekers komen uit een groot gebied, waardoor de effecten van bestedingen in het restaurant zich ook zullen spreiden over een zeer groot gebied.
- Momenteel is er binnen de restauratieve sector sprake van een relatief beperkt aanbod en is op basis van het bestedingspotentieel en de omzetclaim 'ruimte' voor toevoeging van nieuw aanbod⁸. Dit betekent dat binnen de restauratieve sprake is van distributieve uitbreidingsruimte. Onaanvaardbare effecten als gevolg van de vestiging van het restaurant in Konijnendijk Mode op de consumentenverzorging, de horecastructuur en de leegstand zijn daardoor niet te verwachten.

⁸ In de Hoeksche Waard telt 84.968 inwoners. Op basis van landelijke bestedingscijfers voor horeca, wordt er per hoofd circa € 407 per jaar besteed in restaurants. Dit betekent een bestedingspotentieel in de Hoeksche Waard van € 34,6 mln. De totale omzetclaim van het restauratieve aanbod in de Hoeksche Waard bedraagt € 21,0 mln. (gemiddelde omzet per restaurant in Nederland is € 601.171 * 35 zaken).

Bijlage 1: Trends en ontwikkelingen mode

- De omzet van de mode- en schoenenbranche laten in 2016 beide een stijging zien ten opzichte van 2015. De ontwikkelingen in 2016 laten een toename van 21,4% zien voor het aanbod online en een afname van 1,7% zien voor de offline verkoop¹. Toch resulteert dit samen in een omzet die 1,8% hoger ligt dan in 2015. De fysieke schoenwinkels hebben in 2016 circa 10% minder omzet gedraaid dan een jaar daarvoor². De lagere prijzen en de verkoop van minder aantallen zijn in dat jaar sterk gedaald. Toch hebben de online en offline spelers gezamenlijk dat jaar een omzetstijging behaald van 2% ten opzichte van 2015.
- Het aandeel online bestedingen binnen de totale bestedingen aan kleding ligt eind 2015 op 16%¹. In dat jaar zijn er 5,2 miljoen online kledingaankopen gedaan, goed voor een totale omzet van 1,2 miljard euro. De bovenmodemarkt is goed voor circa 80% van de totale online marktomvang. Binnen het segment bodyfashion (badmode en ondermode) is het online aandeel hoger dan gemiddeld: 17% van de omzet kwam binnen via een online betaling.
- **Prijsbewuste consument.** Consumenten vergelijken steeds vaker op prijs en zoeken winkels waar veel keuzemogelijkheden zijn voor een lage prijs. Ze zijn prijsbewust door kortingen en uitverkoop en door discounters in de sector blijven de prijzen onder druk staan. Alhoewel er meer waarde wordt gehecht aan maatschappelijk verantwoord ondernemen, blijft prijs een belangrijke factor. Dit blijkt uit de populariteit van bijvoorbeeld Primark. Daarnaast kiezen consumenten ook vaker voor tweedehandskleding of kledingreparatie om kosten te besparen.
- **Behoeft aan service.** De consument kiest enerzijds voor prijs en snelheid, maar anderzijds staan goede service, advies, beleving en duurzaamheid centraal bij de keuze voor een bepaald product of een bepaalde winkel. Consumenten hebben voornamelijk behoefte aan one-stop-shopping en 'ontzorging', wat inhoudt dat zij op zoek zijn naar winkels waar zij een volledige outfit kunnen kopen en gedurende het hele aankooptraject worden geholpen.
- **Gezonde leefstijl.** Consumenten hechten steeds meer waarde aan hun gezondheid. Om hun mentale en fysieke gezondheid te vergroten wordt er steeds vaker aan vrijetijdsbestedingen als hiking, bergwandelen en yoga gedaan. Voor dit soort vrijetijdsbestedingen is speciale kleding en schoeisel vereist.
- **Oudere doelgroep.** Oudere consumenten investeren steeds vaker in kwalitatief betere en duurdere schoenen dan jongeren. Het aantal koopkrachtige 50-plussers stijgt en deze doelgroep heeft als wens dat zij advies krijgen bij de aankoop van schoenen.
- **Krimp.** De schoenenbranche heeft te maken met concurrentie vanuit de sport- en modebranche, internet en modewinkels die een breed en gevarieerd totaalaanbod bieden. Daarnaast is er een sterke opkomst van (popup) outletcentra⁴. Ook de modebranche heeft last van deze ontwikkelingen³. Popupstores worden veelal gebruikt in de modebranche. Het voordeel is driedig; de consument wordt verrast met nieuw aanbod, de uitstraling van het pand verbeterd en de internetwinkel genereert meer naamsbekendheid.
- **Specialisatie.** De keuze van de doelgroep, het juiste vestigingsbeleid en verkoopkanaal (omnichannel) en goede advisering aan de klant zorgen voor onderscheid tussen de vele aanbieders in de branche. Naast prijs en service staan ook beleving en de toegankelijkheid hoog in het vaandel bij de consument. Merken blijken steeds minder belangrijk te worden en dit geeft ruimte aan private labels en bijzondere producten.
- **Branchevervaging.** Concept-stores verkopen naast kleding en schoenen ook vaak andere producten zoals horloges, accessoires, maar ook schilderijen, huishoudelijke artikelen en media. Consumenten hebben namelijk steeds meer behoefte aan meerdere schoenen die passend zijn bij de outfit die zij dragen en/of de sport die zij beoefenen.



- Vestigingslocatie.** Voor de mode- en schoenenzaken is het functioneren sterk afhankelijk van het winkelcentrum waarin zij gevestigd zijn. De grotere (binnen)steden doen het in het algemeen goed, terwijl de kleinere centra onder druk staan. In winkelgebieden is veel leegstand en deze sterke afhankelijkheid resulteert in een dalende omzet en een afnemende 'zin om te ondernemen'. De grote (historische) binnensteden met een compleet aanbod zijn het meest in trek om recreatief te winkelen. Er is sprake van een veranderend huisvestingspatroon in het winkellandschap, dat vooral gedomineerd wordt door de grote ketens. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland.