

Centrummonitor Helmond 2015



het perspectief van de bezoeker



Centrummonitor Helmond 2015: het perspectief van de bezoeker

Onderzoek en Statistiek

:

COLOFON

Titel: Centrummonitor Helmond 2015
Opdrachtgever: Gemeente Helmond
Opdrachtnemer: Afdeling Onderzoek en Statistiek
Gemeente Helmond
Truus Ruijs en Marian Foolen
Datum: juni 2015

Samenvatting

Aanleiding en aanpak

Veel partijen werken aan het Helmondse centrum om dit aantrekkelijk te houden, niet alleen voor de Helmonders maar ook voor de inwoners uit de regio en voor mensen van verder weg. Om effecten van de inspanningen te kunnen meten, maar ook ontwikkelingen te kunnen meenemen in de verdere planontwikkeling is het belangrijk om de feiten te kennen.

We weten dat er landelijk veel aandacht is voor de winkelgebieden. Aanleiding daarvoor zijn de grote externe krachten die op deze gebieden drukken en in de komende jaren verder zullen inwerken. Het betreffen economische, technologische, demografische en maatschappelijke ontwikkelingen die het maken dat de functie van deze gebieden veranderen. Op deze trends gaan we in deze publicaties niet uitgebreid in.

In deze centrummonitor wordt met name vanuit het perspectief van de bezoeker naar het centrum gekeken. Daarbij wordt ingegaan op vragen als wat is het aanbod in het centrum (o.a. opbouw van en ontwikkelingen in winkelvoorraad), waarom gaan mensen niet naar het Helmondse centrum en hoe oordelen zij over verschillende voorzieningen in het centrum.

Voor deze centrummonitor is geen aanvullend onderzoek gedaan, maar is uitgegaan van uiteenlopende registratiebronnen en enquêtes onder de bezoekers die voor allerlei doeleinden afgenomen zijn. Vandaar dat de (peil)datum kan verschillen. Daar waar mogelijk wordt Helmond vergeleken met (ontwikkelingen in) andere steden en Nederland. Hierdoor kunnen ontwikkelingen beter ingeschat worden als specifiek voor Helmond of dat er meer sprake is van macro-ontwikkelingen, die minder goed door de stad te beïnvloeden zijn. Door de cijfers uiteenlopende bronnen bij elkaar te zetten, wordt het plaatje over het centrum completer.

Leeswijzer

In deze samenvatting treft u allereerst een tabel met de kerncijfers. Naast de cijfers wordt hierin ook aangegeven hoe jaar op jaar de ontwikkelingen zijn. Na de kerncijfers worden de belangrijkste bevindingen per thema toegelicht.

In de rapportage zijn de gedetailleerdere cijfers en resultaten van de analyses opgenomen.

▲ = omhoog ten opzichte van vorige meting, ▼ = omlaag ten opzichte van vorige meting, ■ = constant ten opzichte van vorige meting

Roed = negatieve ontwikkeling, groen = positieve ontwikkeling, zwart = positief noch negatief

Kerncijfers	2004	2006	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bezoekers/shoppers									
Aantal unieke shoppers centrum							3.014.000	3.462.000 ▲	
Aantal unieke bezoekers centrum							3.789.000	4.460.000 ▲	
Bezoekduur (inwoners)						72			
Bezoekduur (regio)								86	
Bezoekduur (shoppers)								57	
Oordeel over centrum (inwoners)	6,3	6,8▲	6,9▲	7,1▲	7,0▼		6,9▼		
Oordeel over centrum (regio)								7,1	
Besteed bedrag Helmonders (gem.)						€85-95			
Besteed bedrag regio (gem.)								€69-73	
Detailhandel									
Aantal winkels detailhandel	230	220▼	220■	218▼	214▼	207▼	204▼	207▲	198▼
Wvo detailhandel	42.361	37.102▼	37.670▲	38.614▲	37.383▼	35.242▼	36.197▲	38.479▲	37.230▼
% leeg o.b.v. verkooppunten	3%	4%	6%	7%	9%	10%	9%	8%	11%
% leeg o.b.v. verkooppunten steden 50.000-100.000 inwoners	7%	6%	7%	7%	8%	9%	9%	10%	11%
% leeg o.b.v. wvo	2%	10%	8%▼	8%■	12%▲	16%▲	14%▼	11%▼	15%▲
% leeg o.b.v. wvo steden 50.000-100.000 inwoners	7%	7%	7%	8%	8%	10%	10%	11%	12%
% Helmonders >= 1xmaand winkelt						83%			
% uit regio >= 1x per maand winkelt								22%	
Horeca									
aantal horecagelegenheden	73	67▼	71▲	72▲	70▼	69▼	70▲	72▲	75▲
horeca per 1.000 inwoners Helmond	0,9	0,8▼	0,8■	0,8■	0,8■	0,8■	0,8■	0,8■	0,8■
horeca per 1.000 inwoners 50.000-100.000 inwoners	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2
% Helmonders >= 1xmdn daghoreca						43%			

Kerncijfers	2004	2006	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015
% uit regio >= 1xmdn daghoreca								7%	
% Helmonders >= 1xmdn avondhoreca						30%			
% uit regio >= 1xmdn avondhoreca								3%	
Besteed bedrag Helmonders (gem.)						€34-38			
Besteed bedrag regio (gem.)								€25-27	
Veiligheid									
rapportcijfer veiligheid centrum					6,9		6,9		
zakkenrollerij/tassenrollerij						136	137■	97▼	
% Voelt zich vaak onveilig in het centrum in de eigen woonplaats Helmond**						3%	5%■	3%■	
% Voelt zich vaak onveilig in het centrum in de eigen woonplaats steden > 70.000 inw.						4%	4%■	3%■	
% Voelt zich vaak onveilig rondom uitgaansgelegenheden Helmond						6%	4%▼	2%▼	
% Voelt zich vaak onveilig rondom uitgaansgelegenheden Helmond steden > 70.000 inw.						5%	5%■	4%■	

Belangrijkste bevindingen per thema:

Algemeen oordeel

- Helmonders geven het centrum een 6,9. Het oordeel van de bezoekers uit de regio is vergelijkbaar.

(Aantal) bezoekers

- Het aantal mensen dat het centrum van Helmond aandoet is in 2014 ten opzichte van 2013 gestegen. We maken daarbij een onderscheid tussen shoppers (mensen die tijdens de winkelopeningstijden in het centrum van Helmond zijn) en bezoekers (mensen die zowel binnen als buiten de winkelopeningstijden in het centrum kunnen zijn). Het aantal unieke shoppers is ten opzichte van 2013 met 15% gestegen, het aantal unieke bezoekers met 18%.
- De stijging van het aantal unieke shoppers is vooral terug te zien op de doordeweekse dagen. De zaterdag liet een lichte afname van gemiddeld 2% zien. Een koopzondag in 2014 werd met gemiddeld 3% minder shoppers bezocht dan het jaar ervoor.
- 99% van de inwoners van Helmond en 85% van de inwoners uit de regio komt minimaal 1x per jaar in het centrum van Helmond. Helmonders komen wel frequenter dan inwoners uit de regio.
- Als inwoners uit de regio buiten hun eigen gemeente gaan winkelen, uitgaan, etc. dan komen ze vaak ook naar Helmond (naast andere steden/dorpen).
- Als inwoners uit de regio naar Helmond komen hebben zij vaak meerdere bezoeksdoelen, zoals winkelen en de (dag)horeca.

Winkelen

- Het aantal winkels voor detailhandel in het centrum neemt al enkele jaren af. In 2015 staat de teller op 198 verkooppunten. Deze terugloop zien we ook in andere stadscentra.
- Een kwart van het winkelverkoopvloeroppervlak in de detailhandel in Helmond is te vinden in het centrum van de stad. De rest is onder meer te vinden in buurt- en wijkcentra en locaties als de Engelseweg. In vergelijking met alle steden in Nederland van 50.000-100.000 inwoners is het aandeel vloeroppervlak relatief laag. Binnen deze groep steden is dit aandeel namelijk gemiddeld 36%. Helmond heeft dus relatief veel m² detailhandel in de periferie.
- De helft van de winkels in het centrum behoort tot een keten met minimaal 7 filialen in of buiten Helmond. Dit is vergelijkbaar met andere steden met 50.000-100.000 inwoners.
- De leegstand neemt de laatste jaren toe. Begin 2015 staat naar schatting 11% van de detailhandelszaken leeg. Als het om winkelverkoopvloeroppervlakte gaat is dit aandeel met 15% zelfs nog iets hoger. Ook in de groep referentiesteden (steden met een inwonertal tussen 50.000 en 100.000 inwoners) zien we deze stijgende lijn als het gaat om leegstand.
- De Helmonders geven met een 7 de winkels in het centrum een voldoende. 83% van de inwoners van Helmond komt minimaal 1x per maand om te winkelen, uit de omliggende gemeenten is dit 22%.
- Mensen die regelmatig buiten de eigen woonplaats gaan winkelen, winkelen ook vaker in het centrum van Helmond.
- Uit de redenen om niet in Helmond te winkelen blijkt dat een merendeel de gewoonte heeft elders te winkelen of Helmond komt niet in hun gedachte op. Dit betreft 16% van alle inwoners uit de omliggende gemeenten. Voor 6% is onbekendheid met het winkelaanbod een reden om niet te komen.
- Twee derde van de bezoekers uit de regio zou het centrum van Helmond om te winkelen (zeker/misschien) wel aanbevelen bij familie en vrienden.
- De koopzondag is in 2014 minder in trek dan in 2013. Ook landelijk zien we dit beeld. 1 op de 5 Helmonders gaat regelmatig naar een koopzondag. Uit de regio is dit 4%. Mensen gaan met name niet op de koopzondag winkelen omdat zij hier geen interesse in hebben, andere dingen doet en/of op andere dagen winkelen. 19% van de inwoners in de regio geeft aan wel elders naar een koopzondag te gaan en 15% geeft aan niet te weten wanneer het koopzondag is in Helmond.

Horeca

- Begin 2015 telt het centrum 75 horecagelegenheden. Het hoogste aantal sinds jaren. In 10 jaar tijd zien we vooral veranderingen als het gaat om cafés, café-restaurants en restaurants. Het aantal cafés is met bijna een derde afgenomen. Een deel hiervan is getransformeerd tot café-restaurant. Deze categorie is samen met de restaurants/lunchrooms de laatste jaren gegroeid. Deze ontwikkelingen zien we ook landelijk.
- Per 1.000 inwoners telt Helmond 0,8 horecagelegenheden in het centrum. Dit verhoudingscijfer is sinds 2004 niet veranderd en ligt structureel lager dan gemiddeld in de groep steden met een inwonertal tussen de 50.000 en 100.000 inwoners.
- 43% van de Helmonders maakt minimaal 1 keer per maand gebruik van daghoreca. Voor inwoners uit de regio ligt dit beduidend lager (7%). Een zelfde patroon zien we bij het horecabezoek buiten de winkeltijden.
- De meest genoemde redenen door inwoners uit de regio om de horeca niet te bezoeken lijken sterk op die bij het winkelen. 'Ik denk niet aan Helmond' en 'ga altijd ergens anders heen' worden het vaakst genoemd. Gevolgd door weet niet wat er is. Parkeren speelt bij minder dan 10% een rol.
- In de periode 2011-2013 neemt het aantal overlastgevende en veiligheidsincidenten in het uitgaansgebied van Helmond (tijdens de uitgaansavonden en -nachten) af. Er is in deze periode wel meer geluidshinder ondervonden.
- Bijna de helft van de mensen uit de regio zou de horeca in het centrum van Helmond zeker/misschien wel aanbevelen bij familie en vrienden. Evenals bij het winkelen is er een zeer beperkte groep die dit zeker niet zou doen.

Kunst en cultuur

- De in het centrum gevestigde instellingen op het gebied van kunst en cultuur trekken bezoekers voor het centrum aan. Het aantal bezoekers aan het theater Speelhuis is sinds de verhuizing naar de kerk weer aan het toenemen. Ook het museum laat in 2014 een stijging van het aantal bezoekers zien. Het aantal bezoekers aan het filmhuis is na de verhuizing naar de Cacaofabriek redelijk constant.
- Ongeveer 6 op de 10 Helmonders bezoekt wel eens de bioscoop, theater, etc. in het centrum van Helmond. Dit aandeel geldt ook voor de inwoners uit de regio. Komt men niet uit de regio dan is dit opnieuw vooral te wijten aan dat het niet in hem opkomt of dat zij de gewoonte hebben elders te gaan. Als men uit de regio elders gaat is dit met name in Eindhoven.

Evenementen

- Vier op de vijf Helmonders bezoekt wel eens een evenement in het centrum van Helmond. Voor de inwoners uit de regio ligt dit aandeel lager. Voor inwoners uit de regio zien we dat 'geen interesse' en 'ga uit gewoonte ergens heen' redenen uit de top 3 zijn. 'Weet niet wat er is' staat op de 2^e plaats.

Bereikbaarheid/Parkeren

- De fiets is het vaakst gebruikte vervoermiddel om naar het centrum te komen, gevolgd door de auto. Bijna alle inwoners zijn (zeer) tevreden over de parkeermogelijkheden voor fietsers, twee derde is (zeer) tevreden over de parkeermogelijkheden voor auto's.
- Over het effect van de hoogte van parkeertarieven verschillen de meningen en onderzoeken. Uit de transacties blijkt dat het aantal iets is toegenomen. Wat ook blijkt uit het aantal passanten.
- Voor ongeveer 8% van de inwoners uit de regio is de naar hun oordeel slechte parkeergelegenheid de reden om niet naar de winkels, horeca en/of uitgaansgelegenheden in Helmond te komen.

Veiligheid:

- Met een 6,9 geven de inwoners, wat betreft veiligheid, het centrum van Helmond een voldoende. Tussen 2011- en 2013 nam het aantal winkeldiefstallen toe, terwijl de zakkenrollerij terugliep. Vergeleken met andere steden met meer dan 70.000 inwoners voelt een vergelijkbaar aandeel van de inwoners van Helmond zich vaak onveilig in het centrumgebied. Het gaat hier om een paar procent van de inwoners. Hetzelfde geldt voor het uitgaansgebied.
- Tijdens het uitgaan gebeuren er minder veiligheidsincidenten. De meldingen van overlast lijken wel iets toe te nemen.

Tot slot

Vanuit de landelijke ontwikkelingen weten we dat de centra van steden onder druk staan. Dat zien we ook in Helmond. Daarbij valt op dat de ontwikkelingen in lijn liggen met die in andere steden alhoewel de startsituatie niet altijd hetzelfde is. Zo liggen vergeleken met andere steden relatief wat meer winkels in de periferie en is (hiermee samenhangend) de branche-opbouw wat anders.

Over de hele linie heen zijn bezoekers tevreden over het centrum. Inwoners uit Helmond weten allemaal het centrum te vinden, de een wat vaker dan anderen. Ook de inwoners uit de aangrenzende gemeenten weten het centrum te vinden. Zo komt 85% uit de regio minimaal 1x per jaar naar het Helmondse centrum. Degenen uit de directe regio die niet naar het centrum van Helmond komen, denken daar niet aan of kennen het aanbod niet. Inwoners uit de regio die naar meerdere verschillende steden/gemeenten gaan om te winkelen, uit te gaan, etc., komen ook frequenter naar het centrum van Helmond.

Inhoud

Samenvatting.....	I
1 Inleiding.....	1
1.1 Aanleiding.....	1
1.2 Aanpak.....	1
1.3 Databronnen.....	1
1.4 Leeswijzer.....	2
2 Algemeen oordeel centrum Helmond.....	3
2.1 De inwoners van Helmond.....	3
2.2 De inwoners uit de regio.....	3
2.3 Helmond centrum aanbevelen bij familie en vrienden.....	4
3 Hoeveel mensen bezoeken het centrum?.....	5
3.1 Aantal shoppers en bezoekers.....	5
3.2 Patroon in shoppers en bezoekers per dag.....	6
3.3 Dagverloop.....	6
3.4 Bezoek aan centrum vanuit Helmond en omliggende gemeenten.....	7
3.4.1 Bezoekintensiteit.....	8
3.4.2 Bezoekfrequentie.....	8
3.4.3 Bezoek naar leeftijd.....	9
3.4.4 Bezoekdoelen.....	9
3.4.5 Meestal meer dan een bezoekdoel.....	10
3.5 Verblijfsduur in centrum.....	11
4 Winkelen.....	13
4.1 Landelijke trends en ontwikkelingen.....	13
4.2 Aantal winkels.....	13
4.2.1 Leegstand.....	14
4.2.2 Diversiteit aanbod.....	15
4.2.3 Centrum versus periferie.....	16
4.2.4 Filialisering.....	17
4.2.5 Centrum Helmond in de totale Peelregio.....	17
4.3 Bezoekdoel: winkelen in centrum.....	17
4.3.1 Winkelen in het Helmondse centrum.....	17
4.3.2 Waarom niet winkelen in Helmondse centrum?.....	19
4.3.3 Winkelen buiten eigen gemeente, associaties.....	20
4.3.4 Winkelen in Helmond-centrum aanbevelen bij vrienden en familie.....	20
4.4 Koopzondagen.....	21
4.4.1 Bezoek koopzondag.....	21
4.4.2 Redenen om koopzondagen zelden of nooit te bezoeken.....	22
4.5 Koopavonden.....	23
4.5.1 Bezoek koopavond.....	23
4.5.2 Redenen om koopavonden zelden of nooit te bezoeken.....	24
4.6 Bestedingen in centrum: winkels.....	25
5 Markt.....	27
5.1 Landelijke trends en ontwikkelingen.....	27
5.2 Bezoek aan markt.....	27
5.2.1 Marktbezoek vanuit regio, naar type marktbezoeker.....	28
6 Horeca.....	29
6.1 Landelijke trends en ontwikkelingen.....	29
6.2 Aantal horecagelegenheden.....	30
6.2.1 Horeca centrum versus periferie.....	30
6.2.2 Horeca naar type.....	30
6.3 Bezoek aan horeca.....	31
6.3.1 Tijdens winkeltijden.....	31
6.3.2 Bezoek aan horeca buiten winkeltijden.....	31
6.3.3 Waarom geen bezoek aan horeca.....	32
6.3.4 Waar gaat men uit buiten eigen gemeente (betr. horeca)?.....	33
6.3.5 Horeca buiten eigen gemeente: associaties in detail.....	34
6.3.6 Aanbeveling centrum Helmond horeca?.....	35
6.4 Uitgaven in horeca.....	36
6.4.1 Bestedingen.....	36

7	Cultuur	37
7.1	Bezoek culturele voorzieningen	37
7.2	Uitgaan in centrum (theater, filmhuis, bioscoop)	37
7.2.1	Waarom niet uitgaan in centrum Helmond	38
7.2.2	Buiten eigen gemeente naar theater of film: associaties.....	39
7.2.3	Regelmatig uitgaan buiten eigen woongemeente	39
7.2.4	Uitgaan in het centrum Helmond aanbevelen aan anderen	40
8	Evenementen.....	41
8.1	Bezoek evenementen in centrum.....	41
8.1.1	Waarom niet naar evenementen in centrum Helmond?.....	41
8.1.2	Waar gaat men naar evenementen buiten eigen gemeente?	42
8.2	Kermis.....	43
8.3	Kasteeltuinconcerten	44
9	Bereikbaarheid van het centrum en parkeren	45
9.1	Hoe komen Helmonders naar het centrum?	45
9.2	Oordeel over het parkeren in het centrum	45
9.3	Effect van parkeerbeleid niet eenduidig	46
9.4	Beschikbare parkeerplaatsen (auto's).....	46
9.5	Verblijfsduur op betaalde parkeerplaatsen (auto's).....	47
9.6	Transacties betaalde parkeerplaatsen (auto's)	48
9.7	Bezoekers over betaalde parkeerplaatsen (auto's).....	49
10	Veiligheid	51
10.1	Veiligheidsbeleving in het centrum van Helmond	51
10.2	Incidenten in het winkelgebied	51
10.3	Veiligheid en overlast tijdens het uitgaan	52
11	Tips uit de regio	53
	Bijlagen.....	55

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Veel partijen werken aan het Helmondse centrum om dit aantrekkelijk te houden, niet alleen voor de Helmonders maar ook voor de inwoners uit de regio en voor mensen van verder weg. Om effecten van de inspanningen te kunnen meten, maar ook ontwikkelingen te kunnen meenemen in de verdere planontwikkeling is het belangrijk om de feiten te kennen.

We weten dat landelijk veel aandacht is voor de winkelgebieden in Nederland. Aanleiding daarvoor zijn de grote externe krachten die op deze gebieden drukken en in de komende jaren verder zullen inwerken. Het betreffen economische, technologische, demografische en maatschappelijke ontwikkelingen die het maken dat de functie van deze gebieden veranderen. Op deze trends gaan we niet uitgebreid in.

In deze centrummonitor wordt met name vanuit het perspectief van de bezoeker naar het centrum gekeken. Daarbij wordt ingegaan op vragen als wat kunnen bezoekers vinden in het centrum (o.a. opbouw van en ontwikkelingen in winkelvoorraad), waarom gaan mensen niet naar het Helmondse centrum en hoe oordelen zij over verschillende voorzieningen in het centrum.

Voor deze centrummonitor is geen aanvullend onderzoek gedaan, maar is er uitgegaan van uiteenlopende registratiebronnen en enquêtes onder de bezoekers die voor allerlei doeleinden afgenomen zijn. Daar waar mogelijk wordt Helmond vergeleken met (ontwikkelingen in) andere steden en Nederland. Hierdoor kunnen ontwikkelingen beter ingeschat worden als specifiek voor Helmond of dat er meer sprake is macro-ontwikkelingen, die minder goed door de stad te beïnvloeden zijn. Door de cijfers bij elkaar te zetten, wordt het plaatje over het centrum completer.

1.2 Aanpak

Voor deze centrummonitor is geen nieuw onderzoek gedaan, maar zijn uiteenlopende bronnen met informatie over het centrum gebruikt. Door de informatie te bundelen in plaats van de bronnen apart te publiceren, wordt het beeld over het centrum completer. Daar waar mogelijk wordt Helmond vergeleken met (ontwikkelingen in) andere steden en Nederland. Hierdoor kunnen ontwikkelingen beter ingeschat worden als specifiek voor Helmond of dat er meer sprake is macro-ontwikkelingen, die minder goed door de stad te beïnvloeden zijn.

1.3 Databronnen

Voor de samenstelling van deze centrummonitor zijn verschillende bestaande bronnen gebruikt en gebundeld. Een groot deel van de gepresenteerde informatie is afkomstig van enquêtes (zowel digitaal als schriftelijk en zowel onder Helmonders als onder bewoners van de regio). Naast enquêtes is er ook informatie uit bestaande registratiebronnen gehaald.

De belangrijkste gebruikte bronnen zijn:

- Enquêtes onder de inwoners van Helmond: met regelmaat worden in de jaarlijkse inwonersenquête vragen over het Helmondse centrum opgenomen. Voor de inwonersenquête wordt een steekproef getrokken onder alle inwoners van 18 jaar en ouder, waarbij er voor gezorgd wordt dat er minimaal 400 ingevulde vragenlijsten terug komen. Daarmee kunnen betrouwbare uitspraken gedaan worden over de mening van inwoners van Helmond. Meer incidenteel zijn aan het Helmondse Stadspanel vragen voorgelegd over het centrum en daaraan gerelateerde onderwerpen. In het Stadspanel zitten momenteel zo'n 1.300 Helmonders die aangegeven hebben regelmatig mee te willen werken aan onderzoek van de gemeente. Ook hiermee kunnen betrouwbare uitspraken gedaan worden over de mening van inwoners van Helmond.

- Enquête onder de inwoners uit de aangrenzende gemeenten: in 2014 is er onder de inwoners uit de aan Helmond grenzende gemeenten een enquête verspreid over het centrum van Helmond. Hiermee kan het bezoek, oordeel en waardering van deze (niet-)bezoekers uit de directe omgeving van Helmond over het Helmondse centrum in beeld gebracht worden. Deels was een enquête een herhaling van een onderzoek uit 2006 waardoor ontwikkelingen in beeld gebracht kunnen worden.
- Locatus. Deze registratiebron geeft informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven in Helmond, de regio en Nederland.
- Het passantentellingensysteem van CityTraffic meet 24 uur per dag, 7 dagen per week het aantal mensen dat voorbijkomt op vijf verschillende punten in het centrum.
- Cijfers over veiligheid komen enerzijds van de politie Zuidoost-Brabant en anderzijds uit de landelijke Veiligheidsmonitor.

1.4 Leeswijzer

Het eerste inhoudelijke hoofdstuk gaat in op het imago van het Helmondse centrum. Hoe denken Helmonders en inwoners uit de regio over het centrum? Daarna wordt in hoofdstuk 3 de focus gelegd op het aantal mensen dat het centrum bezoekt en hoe vaak en hoe lang dat is. Hoofdstuk 4, 5 en 6 gaan respectievelijk over winkelen, de zaterdagse warenmarkt en centrumhoreca. Het zevende hoofdstuk richt zich op de culturele voorzieningen in het centrum waarna hoofdstuk 8 in gaat op (een aantal) evenementen die in het centrum van de stad georganiseerd worden. Bereikbaarheid (parkeerbeleid en toegankelijkheid) vormt het thema van hoofdstuk 9. Hoofdstuk 10 gaat over veiligheid en overlast tijdens het uitgaan en incidenten die plaatsvinden rondom winkels en winkelend publiek.

2 Algemeen oordeel centrum Helmond

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het algemeen oordeel van de inwoners en bezoekers vanuit de regio over het Helmondse centrum.

2.1 De inwoners van Helmond

Al sinds het begin van deze eeuw volgen we hoe inwoners oordelen over het centrum. De inspanningen in deze periode (kwaliteitsimpuls) hebben zijn vruchten afgeworpen. De laatste paar jaar neemt de waardering niet verder toe.

Inwoners zijn wat minder positief over de aantrekkelijkheid van het centrum voor jongeren, maar geven dit met gemiddeld 6,2 wel een voldoende.

Rapportcijfer van de inwoners voor het centrum

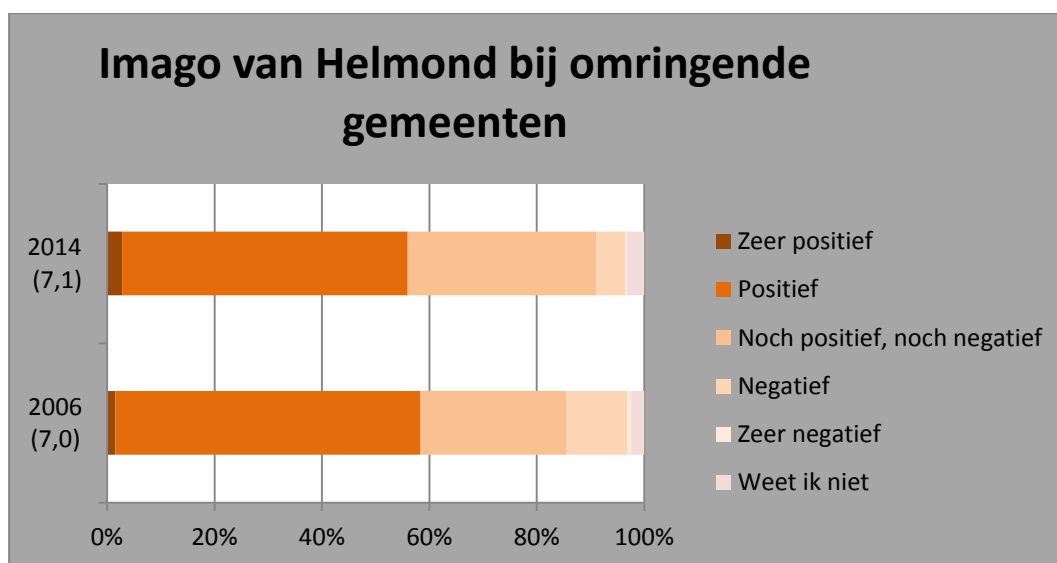
	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2013
Oordeel inwoners Helmond over centrum	6,1	6,4	6,3	6,8	6,9	6,9	6,9	7,1	7,0	6,9
Voor jongeren				6,0		6,1	6,3		6,4	6,2

Bron: inwonersenquête, O&S

2.2 De inwoners uit de regio

Het beeld dat Helmond oproept bij de bewoners van de ons omringende gemeenten is over het algemeen positief of neutraal. Het imago van Helmond is er iets op vooruit gegaan. De reden hiervoor lijkt te liggen in een lichte verschuiving van de groep mensen die in 2006 een negatief beeld hadden over het centrum van Helmond naar de groep die positief noch negatief over Helmond denkt.

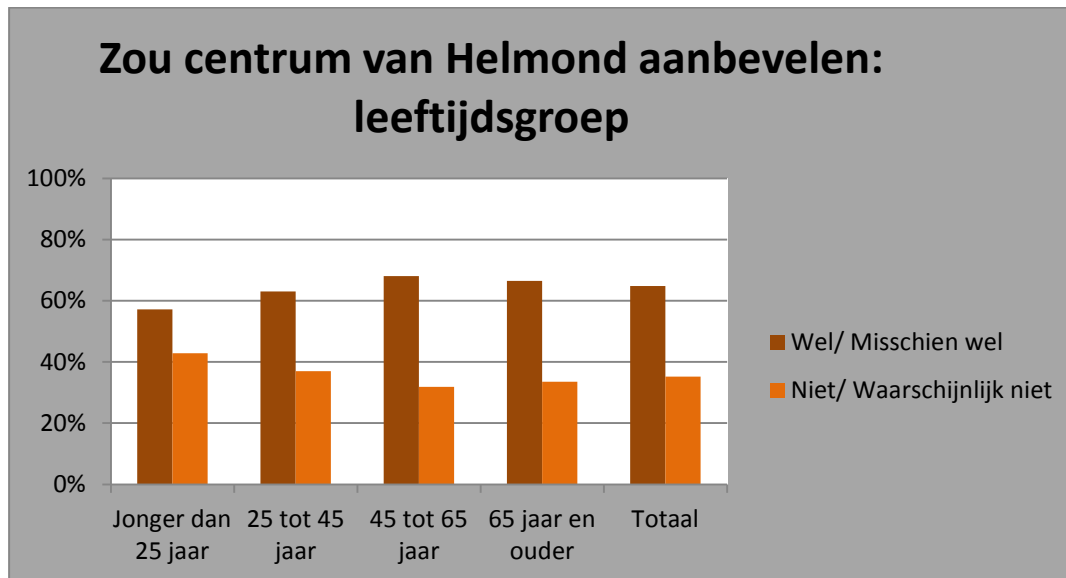
Als we dit omzetten in een rapportcijfer (methode KING) dan krijgt Helmond van de omringende gemeenten in 2006 een 7,0 en in 2014 een 7,1. Deze rapportcijfers zijn vergelijkbaar met die van de eigen inwoners.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

2.3 Helmond centrum aanbevelen bij familie en vrienden

Een belangrijke manier van marketing is warme marketing, oftewel bezoekers van het centrum die hiervoor reclame maken bij hun familie en vrienden. Twee op de drie inwoners uit de aangrenzende gemeenten (65%) zou het centrum van Helmond aanbevelen bij familie, vrienden en kennissen. Dit geldt zowel voor de inwoners uit de aangrenzende Peelgemeenten (Asten, Deurne, Gemert-Bakel, Laarbeek en Someren) als uit beide overige aangrenzende gemeenten (Nuenen c.a. en Geldrop-Mierlo).



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

3 Hoeveel mensen bezoeken het centrum?

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de vragen hoeveel mensen een bezoek brengen aan het Helmondse centrum, wanneer de mensen komen en hoe lang ze er verblijven.

3.1 Aantal shoppers en bezoekers

Op een viertal locaties in het Helmondse winkelgebied wordt 24-uur per dag gemeten hoeveel mensen er langs komen. Op basis van deze gegevens kan een schatting gemaakt worden hoeveel bezoekers er in het centrum komen.

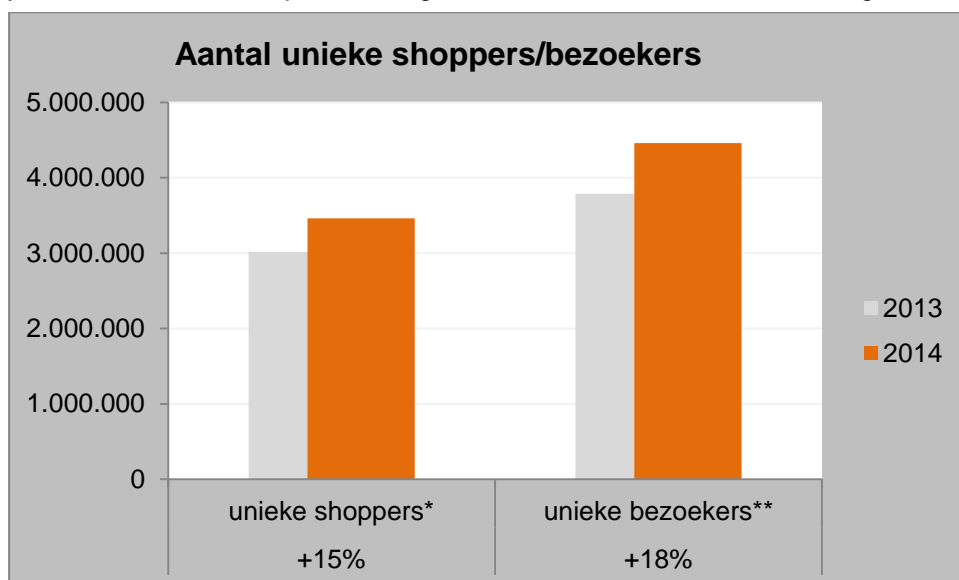
Definitie shopper en bezoeker

Een **shopper** is een passant die gesignaleerd wordt tijdens de openingstijden van de winkels op winkelbare dagen (dus niet tijdens feestdagen en niet-koopzondagen waarop de winkels gesloten zijn).

Een **bezoeker** is een passant die gesignaleerd wordt gedurende de hele dag (24 uur). Dus niet alleen tijdens de winkelopeningstijden.

Shoppers en bezoekers kunnen meerdere keren per dag worden gemeten, door hetzelfde meetpunt of door verschillende meetpunten. Door deze informatie te ontdebellen krijgen we het aantal unieke shoppers en bezoekers. Een **unieke bezoeker/shopper** is een passant die tenminste 1 keer in het telgebied gesignaleerd is op 1 dag.

In 2014 hebben 3.462.000 unieke¹ shoppers het centrum van Helmond bezocht tijdens de openingstijden van de winkels (de shoppers). Dit is 15% meer dan in dezelfde periode van het jaar ervoor. Ook het totaal aantal bezoekers, geteld over de hele dag, zeven dagen per week en het hele jaar door is in dezelfde periode toegenomen t.o.v. 2013. Het betreft een groei van 18%.



Bron: CityTraffic, bewerking Onderzoek en Statistiek

*Personen geteld tijdens winkelbare dagen en tijdens de winkelopeningstijden.

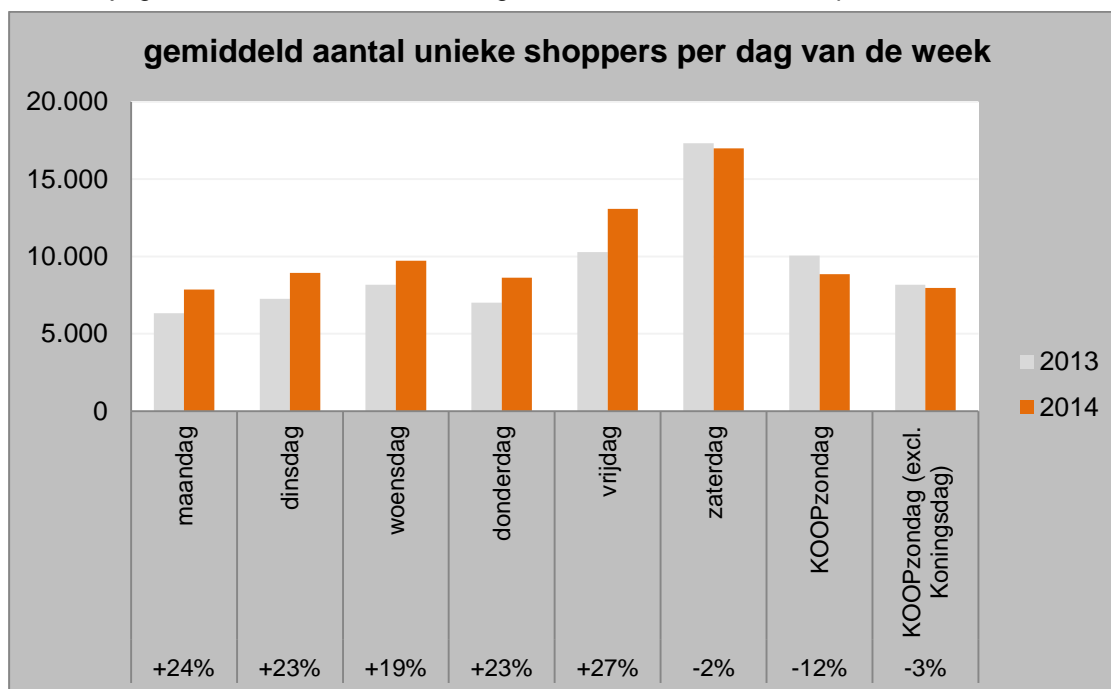
** Dit zijn alle bezoekers aan de binnenstad op alle dagen van de week, 24 uur per dag gedurende de hele periode.

¹ Het totaal over het hele jaar betreft een optelsom van het aantal unieke personen per dag (of dagdeel als het gaat om shoppers).

3.2 *Patroon in shoppers en bezoekers per dag*

Zowel wat betreft totaal aantal bezoekers als shoppers is zaterdag de drukste dag van de week. In 2014 bestond het winkelend publiek op deze dag uit gemiddeld 17.000 unieke personen. Ten opzichte van een jaar eerder is dit een afname van 2%. Ook de koopzondag trekt in 2014 gemiddeld minder shoppers. Als we de speciale koopzondag Koningsdagin beide jaren buiten beschouwing laten dan zien we dat in 2014 heeft een gemiddelde koopzondag 3% minder mensen naar de stad getrokken dan in 2013. Voor de maandag tot en met vrijdag zien we juist een toename in het aantal shoppers. Donderdag is voor het centrum de meest rustige dag van de week. Vrijdag is de drukste doordeweekse dag. Dit wordt mede verklaard door de koopavond.

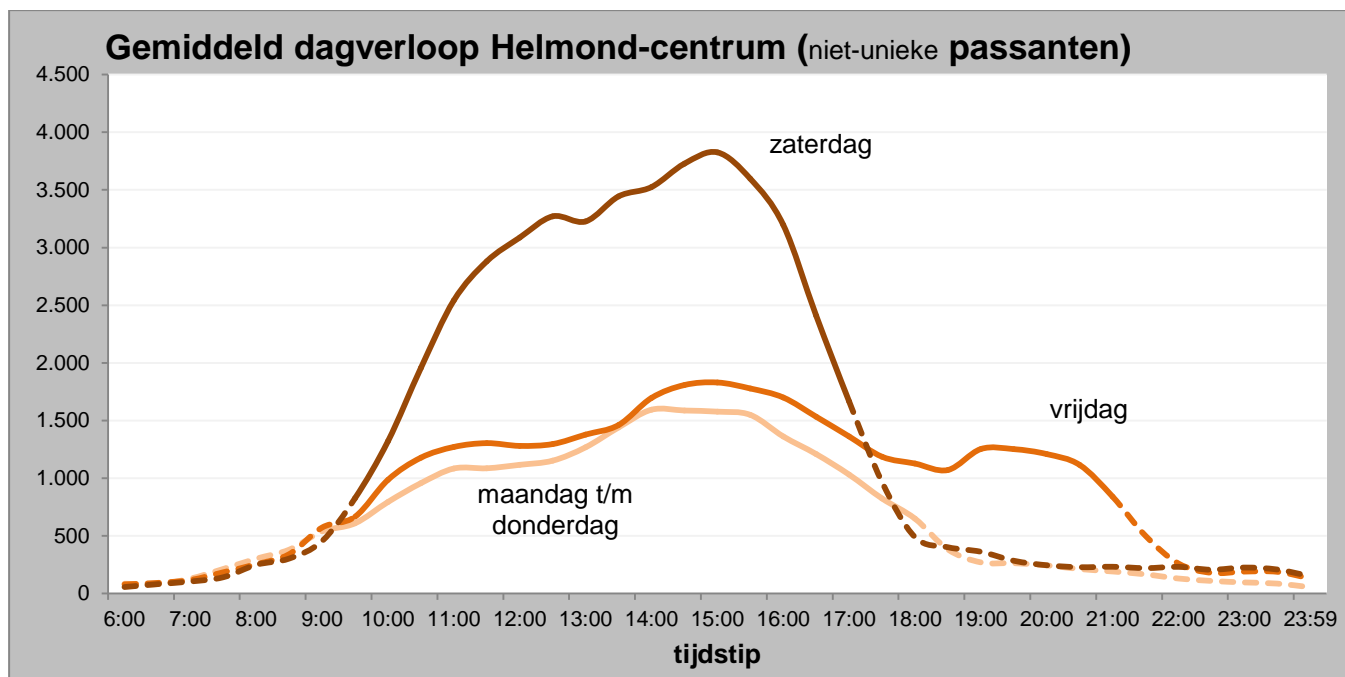
Zie de bijlage voor een overzicht van het gemiddeld aantal bezoekers per week.



Bron: CityTraffic, bewerking Onderzoek en Statistiek

3.3 *Dagverloop*

Het bezoekersverloop in 2014 loopt op alle dagen van de week redelijk gelijk op. Alleen het niveau van het aantal bezoekers is anders (zaterdag is de meest drukke dag). Vanaf de openingstijden van de winkels zien we een toenemend aantal bezoekers in de stad. Een korte onderbreking van de stijging is zichtbaar rond 12.00-13.00 uur, de zogenaamde 'lunchdip'. Rond 15.00 uur is het gemiddeld het drukst in het winkelcentrum. Daarna loopt het aantal passanten geleidelijk aan af. Op vrijdag zien we vanaf 19.00 uur weer een toename van het aantal bezoekers in verband met de koopavond. De piek volgt echter vrij snel daarna, waarna het aantal bezoekers weer afneemt.



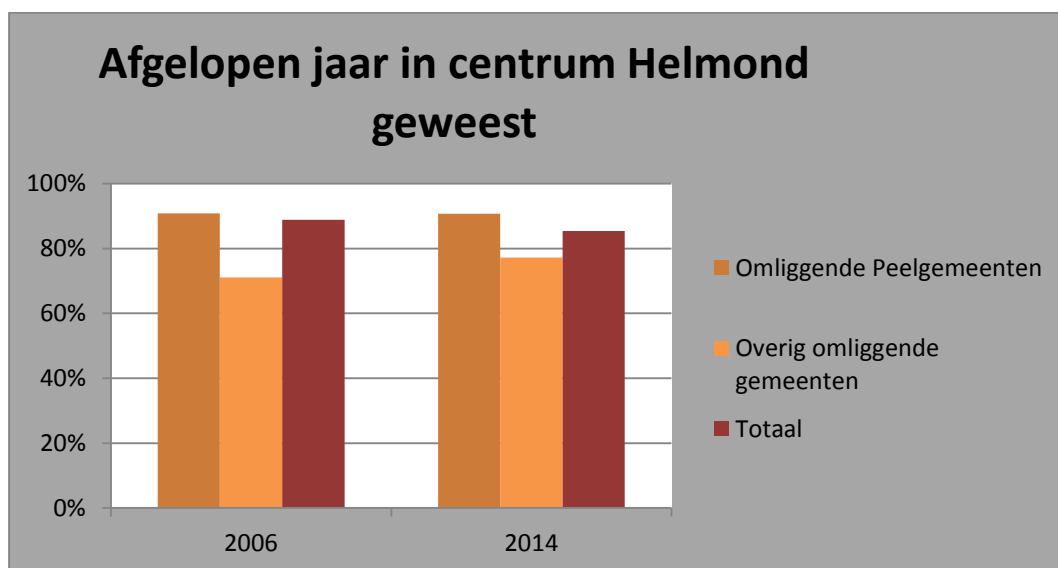
Bron: CityTraffic, bewerking Onderzoek en Statistiek

3.4 Bezoek aan centrum vanuit Helmond en omliggende gemeenten

Vrijwel alle inwoners van 18 jaar en ouder komen minimaal 1x per jaar in het centrum van Helmond (99%, Stadspanel 2012).

Uit de omliggende Peelgemeenten komt ruim 90% van de inwoners tenminste 1x per jaar naar het centrum van Helmond. Dit aandeel is over de afgelopen periode van acht jaar ongewijzigd gebleven.

Het totaal aandeel van bewoners uit de omliggende gemeenten is iets afgenomen over de afgelopen jaren. Het meest recente cijfer geeft aan dat van het totaal aantal inwoners uit de omliggende gemeenten 85% van de bewoners van 15 jaar en ouder in het centrum van Helmond is geweest. Acht jaar geleden betrof dit 89% van deze leeftijdsgroep.

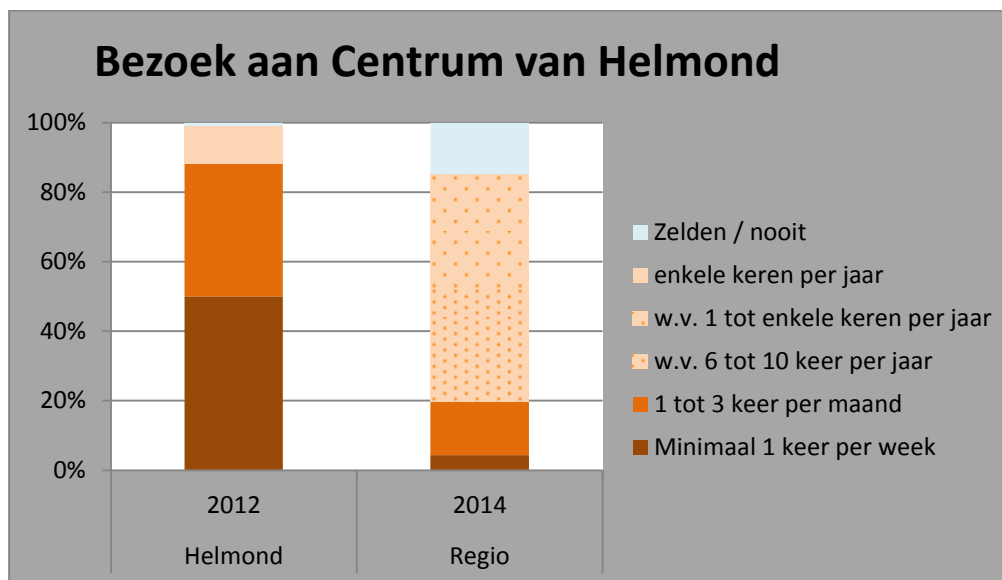


Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

3.4.1 Bezoekintensiteit

Eén op de vijf inwoners uit de omliggende gemeenten (20%) komt 1x per maand of vaker naar het centrum van Helmond. Het merendeel komt minder dan 1x per maand (65%) naar Helmond, waaronder de helft 6 tot 10 keer per jaar.

Vrijwel alle Helmonders komen in het centrum en de helft komt er tenminste 1x per week (Stadspanel, 2012).

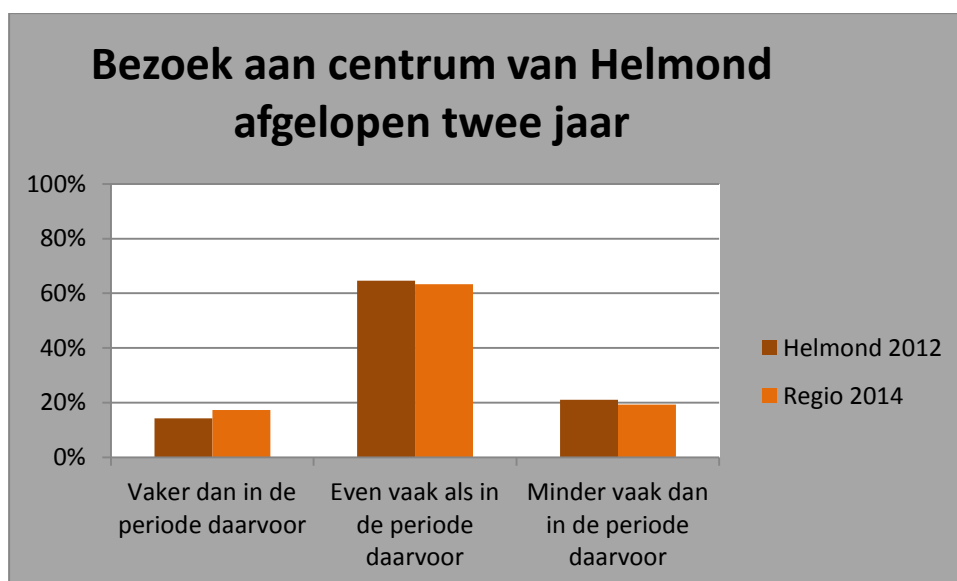


Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

3.4.2 Bezoekfrequentie

De mate waarin men naar het centrum van Helmond komt, is in de beleving van de mensen weinig veranderd. De meesten vinden dat zij even vaak naar het centrum gaan als in de twee jaar daarvoor.

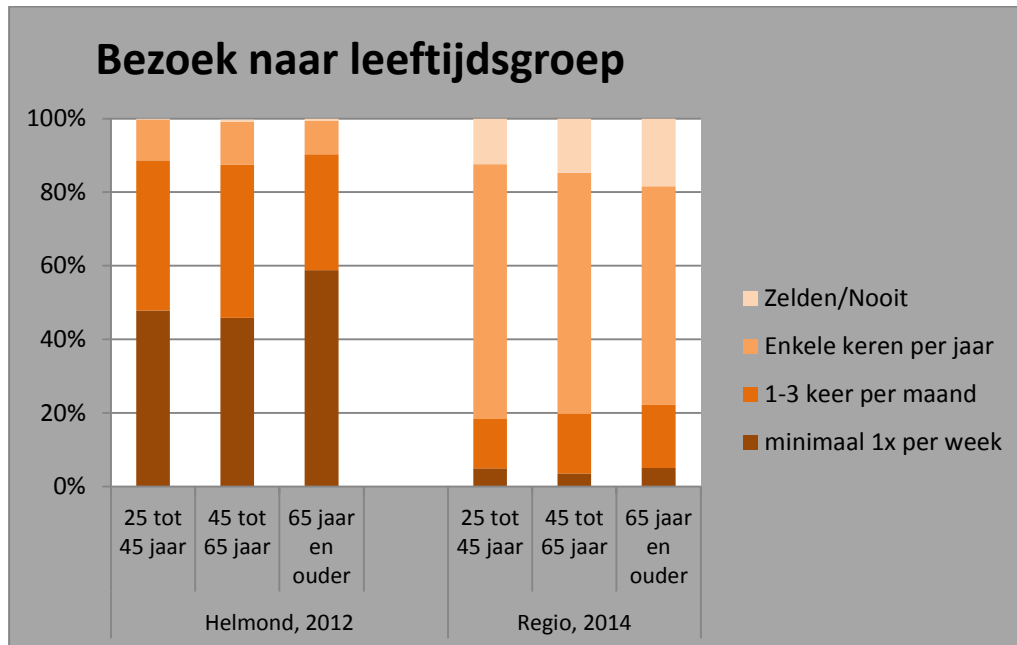
Een klein deel (rond de 16%) is van mening dat zij vaker gaan dan vroeger en een iets groter deel (rond de 20%) denkt dat zij wat minder vaak dan vroeger naar het centrum gaan.



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

3.4.3 Bezoek naar leeftijd

Onder de Helmonders is er weinig verschil tussen de leeftijdsgroepen in de mate waarin ze naar het centrum van Helmond komen. Onder de mensen uit de regio is er een gevorkt effect naar leeftijd. Zo is er enerzijds een groep bezoekers uit de regio bij wie de bezoekfrequentie aan het centrum van Helmond toeneemt met de leeftijd. Anderzijds is er een groep bij wie met het ouder worden de bezoekfrequentie aan Helmond afneemt.



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

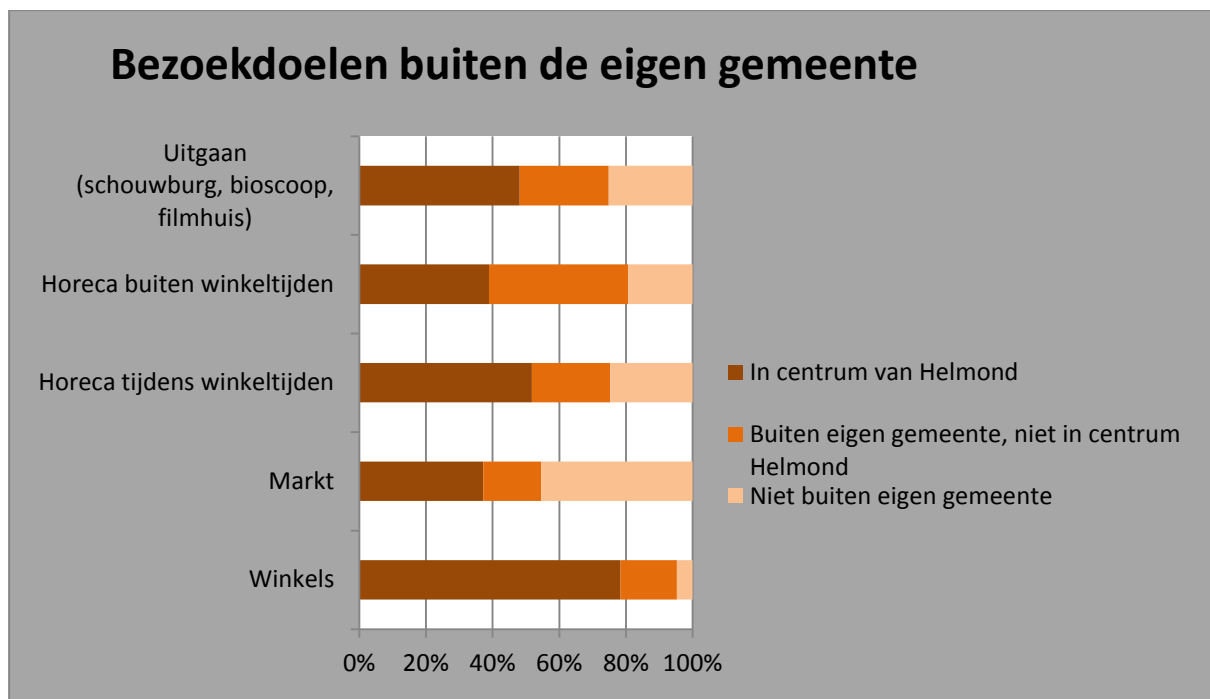
Er zijn lichte verschillen in bezoekfrequentie tussen de inwoners van de vijf Peelgemeenten en de twee overige omliggende gemeenten.

Binnen de vijf omliggende gemeenten uit de Peel verschilt de bezoekfrequentie weinig tussen de leeftijdsgroepen. Bij Nuenen c.a. en Geldrop-Mierlo is het vooral de groep tussen de 45 jaar en 60 jaar die wat minder naar Helmond komt.

3.4.4 Bezoekdoelen

Voor inwoners uit de aangrenzende gemeenten neemt het centrum van Helmond een centrale plaats in als zij buiten hun eigen gemeente willen gaan winkelen, een markt bezoeken, of uitgaan.

- Van degenen die buiten de eigen gemeente winkels bezoekt, komt 82% ook naar het centrum van Helmond
- Van degenen die buiten de eigen gemeente een markt bezoekt, komt 68% ook naar de markt in Helmond
- Van degenen die buiten de eigen gemeente horeca gebruikt tijdens winkeltijden, doet 69% dat ook in Helmond
- Van degenen die buiten de eigen gemeente horeca gebruikt buiten winkeltijden (uit eten, café of andere horecagelegenheid), doet 48% dat ook in Helmond
- Van degenen die buiten de eigen gemeente uitgaat (naar theater, bioscoop of filmhuis) gaat, doet 64% dat ook in Helmond.

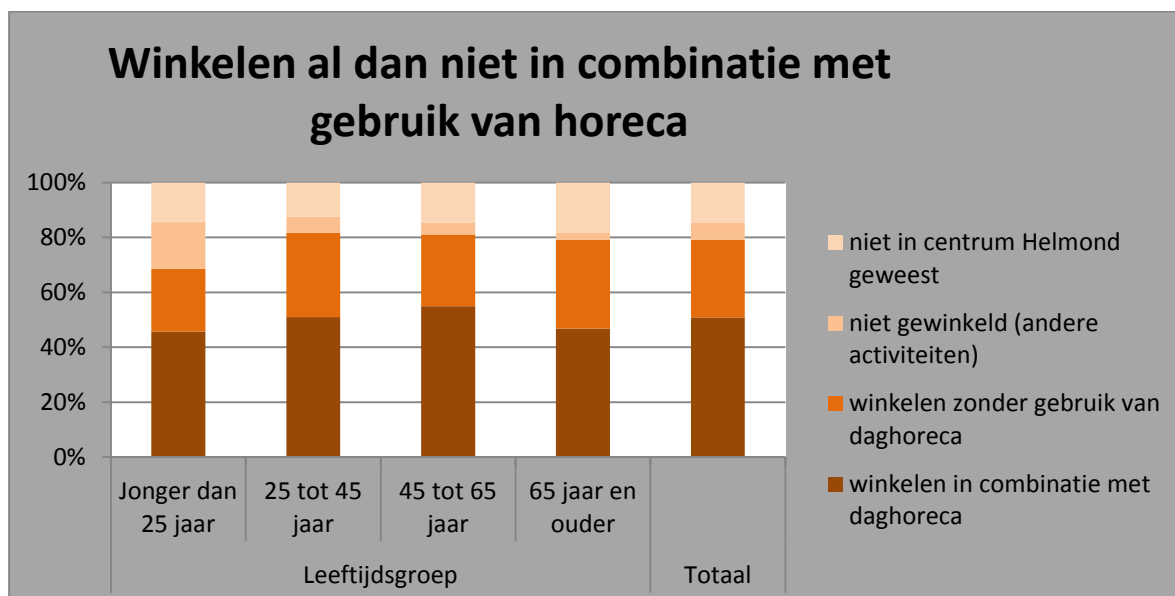


Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

3.4.5 Meestal meer dan een bezoekdoel

Voor bewoners uit de aangrenzende gemeenten neemt het winkelen een centrale plek in de redenen om een bezoek te brengen aan het centrum van Helmond: 80% van de bezoekers komt om te winkelen en meestal gaat dit in combinatie met een van de andere (recreatieve) mogelijkheden zoals markt, horeca, of uitgaan in Helmond. Horeca is voor twee op de drie winkelende bezoekers een vanzelfsprekende combinatie met het winkelen.

Er is op zich weinig verschil tussen de leeftijdsgroepen, in de mate waarin het bezoek gepaard gaat met winkelen, al dan niet in combinatie met daghoreca. De bezoekers jonger dan 25 jaar hebben een wat groter aandeel dat voor andere activiteiten naar Helmond komt, maar als zij winkelen maakt ook twee derde van deze jongvolwassenen gebruik van horeca.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

Wie uit de aangrenzende gemeenten een bezoek brengt aan het centrum van Helmond, heeft hierbij meestal meerdere redenen/bezoekdoelen. Slechts 11% komt hier voor uitsluitend één doel. Daarbij is 'uitsluitend om te winkelen' favoriet (8%) en nemen 'uitsluitend uitgaan' (theater, bioscoop, filmhuis), 'uitsluitend voor de markt' en 'uitsluitend voor de avondhoreca' elk circa 1% voor hun rekening. Niemand komt uitsluitend voor horeca tijdens de winkeltijden.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

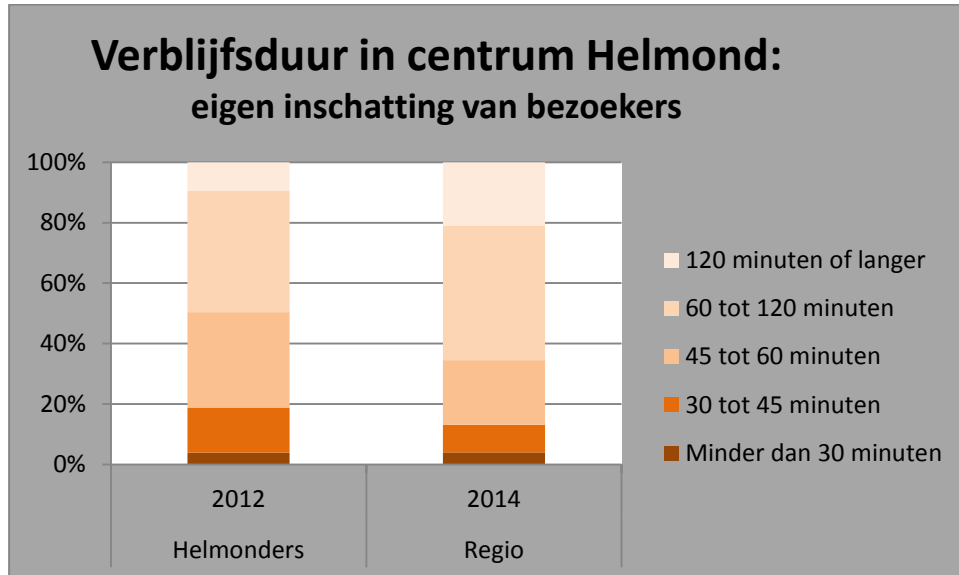
3.5 Verblifsduur in centrum

Helmonders schatten hun verblijfsduur in het centrum over het algemeen een kwartier korter in dan bezoekers uit de regio. Op basis van hun eigen inschatting is de gemiddelde bezoekduur van de Helmonder, 72 minuten. Ongeveer de helft van de Helmonders schat dat hun verblijf in het centrum over het algemeen hooguit een uur in beslag neemt.

De gemiddelde bezoekduur uit de omliggende gemeenten is 86 minuten, dat is een verschil van 14 minuten met de Helmonder zelf. Vanuit de regio schat ruim een derde van de bezoekers dat zij binnen het uur klaar zijn met het winkelen. De afstand tot het centrum speelt hierbij waarschijnlijk een rol.

De inschatting van de wat langere verblijfsduur van twee uur of meer vinden we minder vaak bij de Helmonders (2012: 9%) dan bij de bezoekers uit de regio (2014: 21%), dus de eigen inschatting van de gemiddeld doorgebrachte tijd per bezoek ligt voor de Helmonders iets lager dan voor de bezoekers uit de regio.

Naast de inschatting van de verblijfsduur door de mensen zelf hebben we ook informatie over de verblijfsduur op basis van de passantentellingen. Bij deze tellingen kunnen we niet zien of iemand uit Helmond of uit een andere gemeente komt. Het blijkt dat een bezoekje aan de binnenstad van Helmond in het laatste kwartaal van 2014 gemiddeld 75 minuten duurt. Als we dan alleen kijken naar de shoppers (dus mensen die binnen de openingstijden van de winkels in het centrum te vinden zijn) dan is dit 57 minuten (Bron: CityTraffic).



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

4 Winkelen

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op vragen als: hoeveel winkels heeft Helmond, hoe ontwikkelt dit aantal zich door de tijd, tot welke branche horen de winkels en komen de bezoekers aan het centrum om te winkelen.



4.1 Landelijke trends en ontwikkelingen

Verschillende economische, technologische, demografische en maatschappelijke ontwikkelingen hebben duidelijk invloed op het winkelen van mensen en hun uitgavenpatroon. We benoemen hieronder enkele aspecten die van invloed zijn op het winkelgedrag van de consument en bestedingen in fysieke winkels. Allereerst natuurlijk de financiële crisis en de invloed daarvan op het bestedingspatroon van mensen. De opkomst van het internet winkelen. De omzet van onlinewinkels neemt nog steeds verder toe. De structurele veranderingen in de bevolkingsopbouw, waar de vergrijzing langzaam aankomt. Groot verschil met het verleden is dat de ouderen in de toekomst gemiddeld rijker zullen zijn, maar het blijft de vraag of ze hun geld in de detailhandel zullen uitgeven.

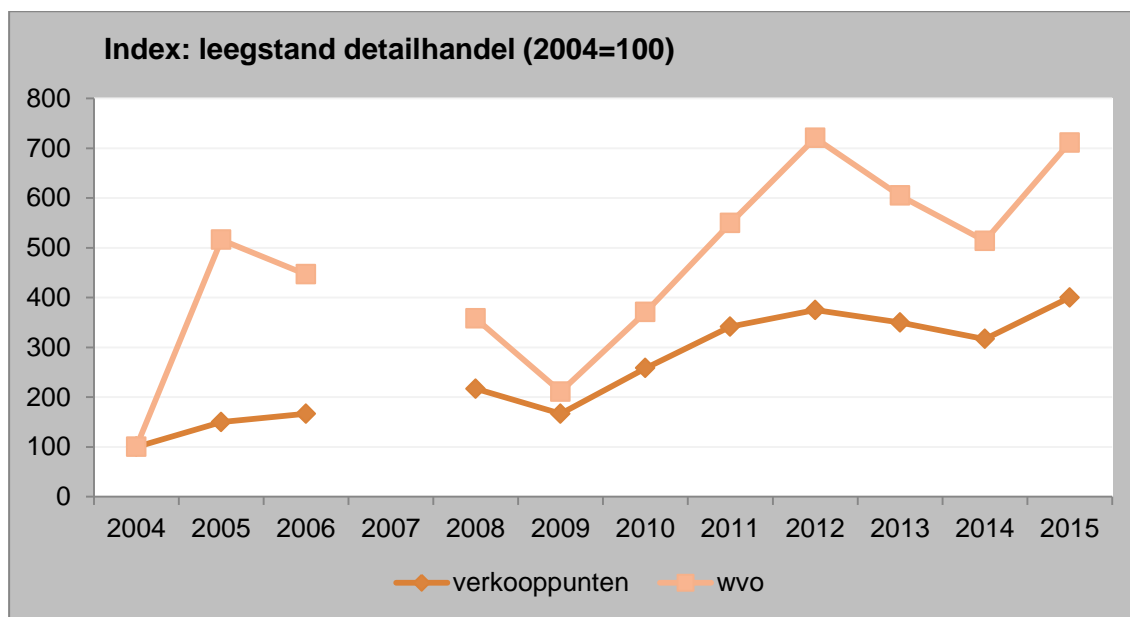
4.2 Aantal winkels

Begin 2015 telde het Helmondse winkelcentrum (inclusief Steenweg en omgeving) 198 in gebruik zijnde detailhandelsverkooppunten met een totaaloppervlakte van ruim 37.000m². Het afgelopen decennium is het aantal verkooppunten afgenomen. In 2004 telde het centrum 230 verkooppunten, een afname van 14% over een periode van 11 jaar volgt daarna. Vanaf 2010 is het aantal winkels ieder jaar nog afgenomen. Een uitzondering daarop is 2014. In dat jaar kwamen er juist 3 winkels bij. In 2015 is er ten opzichte van 2014 een afname van 9 verkooppunten. Het als detailhandel in gebruik zijnde winkelverkoopvloeroppervlak steeg in de jaren tot en met 2014. Dit hangt onder meer samen met de heropening van een aantal winkels op de Markt (waaronder The Sting, H&M en Open32). In 2015 neemt het oppervlak iets af. Zie ook bijlage B.

4.2.1 Leegstand

Aan het begin van 2015 staan 48 verkooppunten in het centrum leeg. Geschat wordt dat de helft hiervan voor rekening komt van voor detailhandel geschikte panden. Daarmee komen we uit op een leegstandspercentage van 11%. De leegstand is sinds 2004 niet zo hoog geweest. In 2013 en 2014 daalde het aantal leegstaande verkooppunten zelfs licht.

Het leegstandspercentage op basis van winkelverkoopvloeroppervlak bedraagt begin 2015 15%.



Bron: Locatus, bewerking Onderzoek en Statistiek

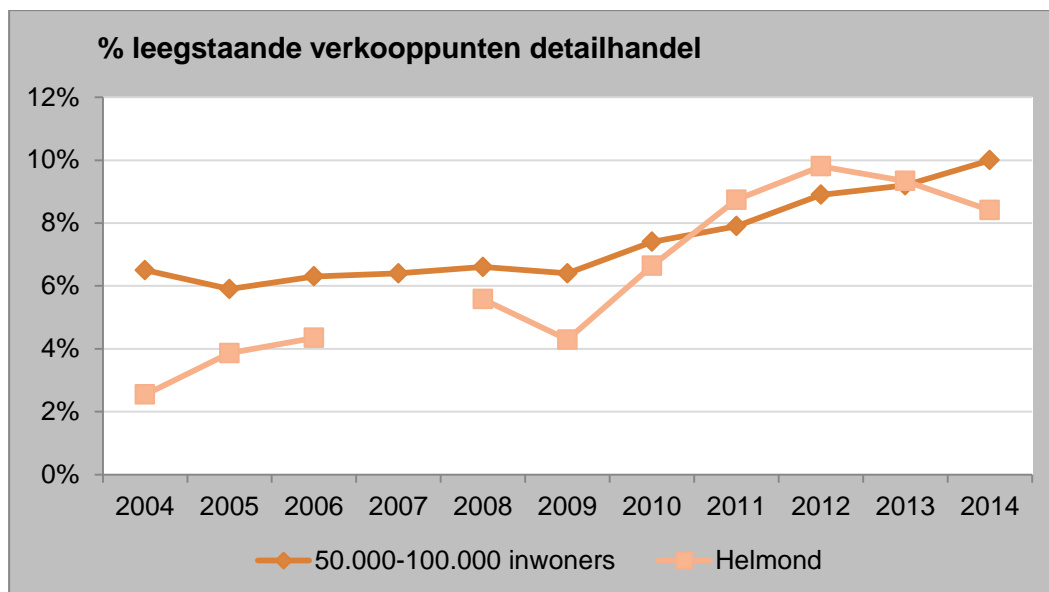
Leegstandspercentage

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Verkooppunten	3%	4%	4%	.	6%	4%	7%	9%	10%	9%	8%	11%
Wvo	2%	12%	10%	.	8%	5%	8%	12%	16%	14%	11%	15%

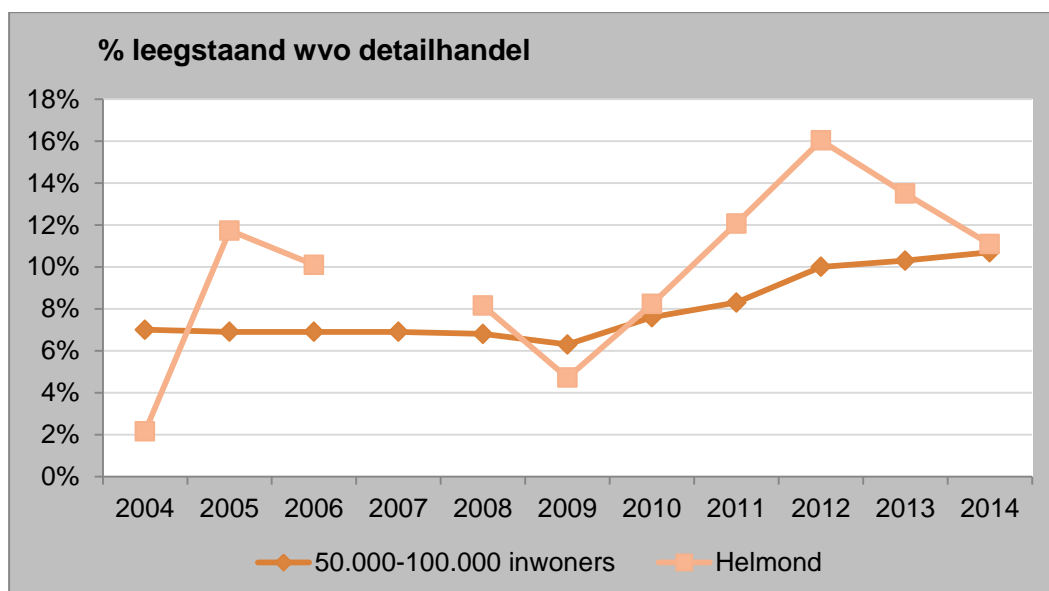
Bron: Locatus, bewerking Onderzoek en Statistiek

Benchmark

Het aandeel leegstaande verkooppunten in de detailhandel in Helmond loopt redelijk parallel aan de ontwikkeling van de leegstand in de totale groep steden in Nederland met een inwonertal tussen de 50.000 en 100.000 inwoners. Als het gaat om het aantal m² oppervlak dat leegstaat, zien we voor Helmond een grilliger verloop. De ontwikkeling tussen 2014 en 2015 is nog niet bekend. In Helmond zagen we in deze periode een toename, waarmee we uit komen op het niveau van 2012.



Bron: Locatus, bewerking Onderzoek en Statistiek



Bron: Locatus, bewerking Onderzoek en Statistiek

4.2.2 Diversiteit aanbod

Bijna 6 op de 10 (in gebruik zijnde) winkels voor detailhandel in het centrum valt binnen de groep Mode en Luxe. In vergelijking met de totale groep steden in Nederland met een inwonertal tussen de 50.000 en 100.000 inwoners is dit relatief veel. In deze groep referentiesteden is namelijk bijna de helft van de in gebruik zijnde winkels ingericht voor mode- en luxeartikelen. Het aanbod van de andere sectoren is naar verhouding juist kleiner in Helmond.

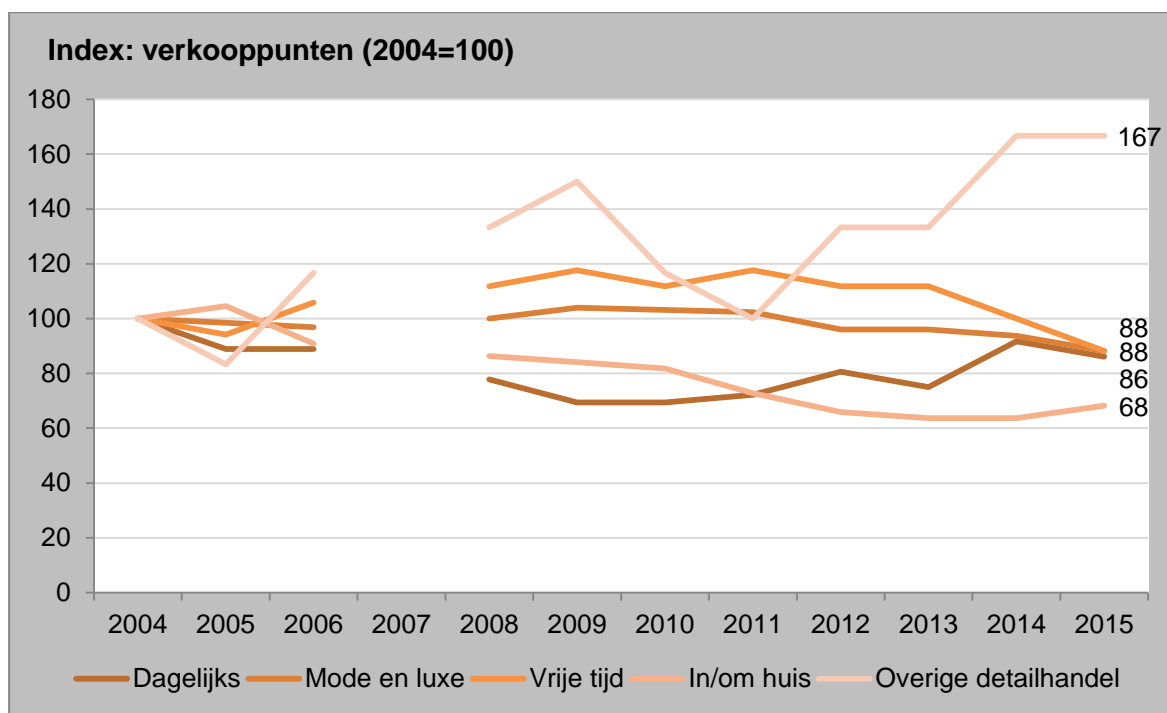
Diversiteit aanbod

	centrum Helmond		centrale winkelgebieden steden 50.000-100.000 inwoners
	# verkooppunten	% verkooppunten	% verkooppunten
Dagelijks	31	16%	18%
Mode en Luxe	112	57%	49%
Vrije tijd	15	8%	11%
In/om huis	30	15%	16%
Detailhandel overig	10	5%	7%
TOTAAL	198	100%	100%

Bron: Locatus

Ontwikkeling aanbod

Het aantal verkooppunten in de grootste groep winkels – Mode en Luxe - is de laatste jaren gestaag afgenomen. Dit geldt ook voor de sector Vrije Tijd. De groep overige detailhandel laat vanaf 2004 een sterke groei zien.



Bron: Locatus, bewerking Onderzoek en Statistiek

4.2.3 Centrum versus periferie

Een kwart van het winkelverkoopvloeroppervlak in de detailhandel in Helmond is te vinden in het centrum van de stad. De rest is te vinden in buurt- en wijkcentra en locaties als de Engelseweg. In vergelijking met alle steden in Nederland van 50.000-100.000 inwoners is het aandeel winkelverkoopvloeroppervlak in het centrum relatief laag. Binnen deze groep steden is dit aandeel namelijk gemiddeld 36% (bron: Locatus).

4.2.4 Filialisering

De helft van de detailhandel in het centrum van Helmond maakt onderdeel uit van een filiaal (Bron: Locatus). Dit betekent dat de winkel deel uit maakt van een groter concern met minimaal 7 vestigingen (binnen of buiten Helmond). Het grootste aandeel filiaalvestigingen in Helmond-centrum vinden we in de sector Vrije tijd: 67% van de winkels (10 in totaal) betreft een filiaal. Binnen de sector Mode en Luxe is de filialiseringgraad het laagst (46%). Het centrum van Helmond wijkt qua filialisering niet sterk af van andere steden met een inwonertal tussen de 50.000 en 100.000 inwoners. In deze groep steden is het percentage filialen in het centrum gemiddeld namelijk 47%, 2%-punt lager dan in Helmond.

4.2.5 Centrum Helmond in de totale Peelregio

Van het totale aanbod (leegstaande en in gebruik zijnde) verkooppunten voor detailhandel in de Peelregio, neemt het centrum van Helmond 17% voor haar rekening. Op basis van oppervlak is dit 11%. Dit aandeel verschilt voor de verschillende branches. Zo vinden we een derde van alle verkooppunten in de Peelregio in Mode en Luxe in het centrum van Helmond terwijl dit voor de branche In/om huis slechts 8% is. Dit laatste is echter niet verwonderlijk aangezien dit soort winkels vooral aanwezig zijn op meubelpleinen e.d. (denk aan de Engelseweg).

Verhoudingsgewijs staat er in het Helmondse centrum net iets meer leeg dan op het totaal aan aanbod verwacht zou worden in dit deel van de Peel.

Aandeel Helmondse centrum in totaal Peelregio (incl. Helmond)

	verkooppunten	wvo
Leegstand	21%	18%
Dagelijks	10%	5%
Mode en Luxe	32%	37%
Vrije tijd	20%	25%
In/om huis	8%	2%
Detailhandel overig	14%	15%
TOTAAL (incl. leegstand)	17%	11%

Bron: Locatus, bewerking Onderzoek en Statistiek

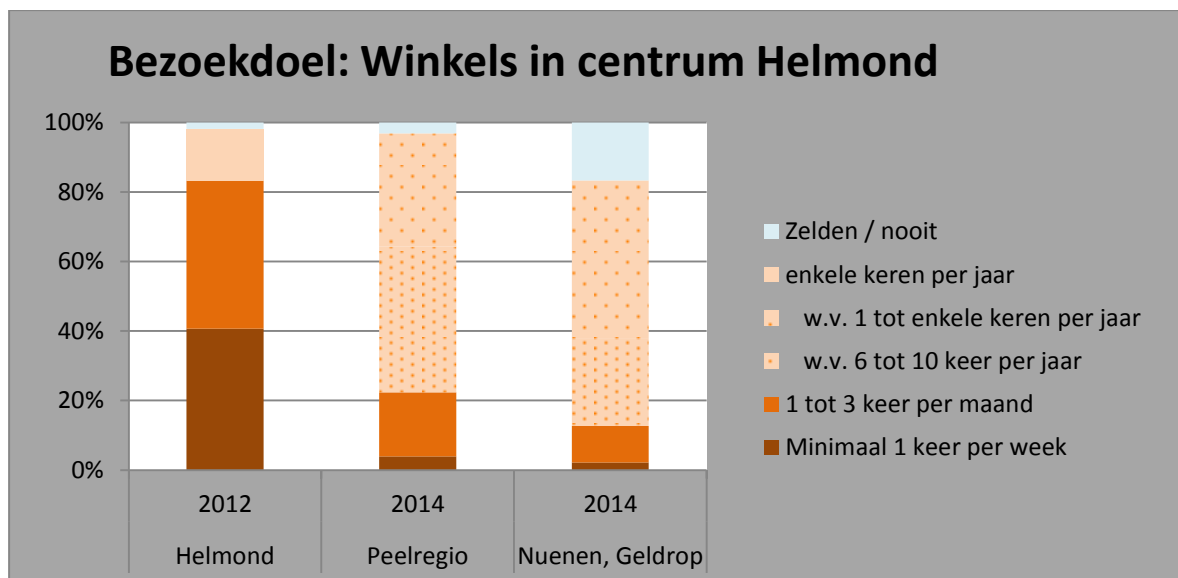
4.3 Bezoekdoel: winkelen in centrum

4.3.1 Winkelen in het Helmondse centrum

Een derde van de inwoners van Helmond vindt de kwaliteit van de winkels in het centrum voldoende. De inwoners van Helmond gaven in 2012 als rapportcijfer een 7,0 en slechts zeer weinig mensen vonden de kwaliteit onvoldoende (2%)(Stadspanel, 2012).

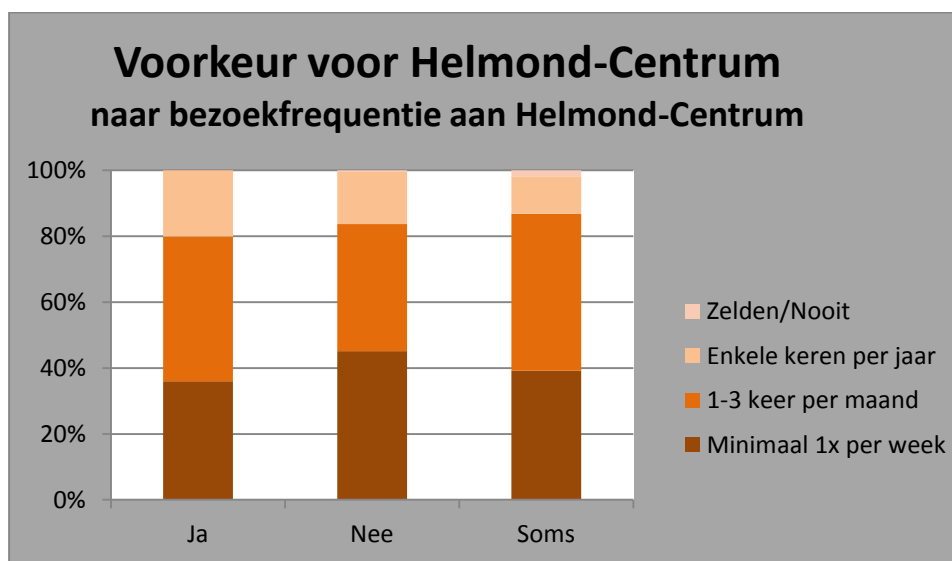
Vier op de vijf Helmondse komt tenminste één keer per maand naar de winkels in het centrum (83%). Onder de bevolking van de omliggende Peelgemeenten is dit precies omgekeerd, namelijk één op de vijf (22%). Onder de bevolking van Nuenen c.a. en Geldrop-Mierlo ligt het bezoekpercentage per maand net weer lager (13%).

Vanuit de Peelgemeenten komt 64% gemiddeld om de zes weken, vanuit Nuenen c.a. of Geldrop-Mierlo gaat 38% met deze frequentie naar Helmond om te winkelen.



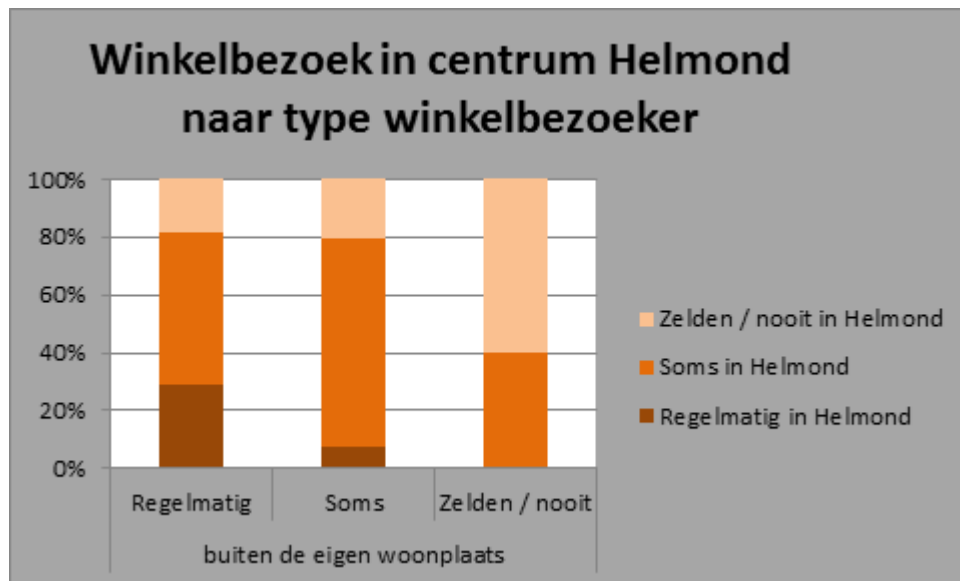
Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

Helmonders die voorkeur hebben om in het centrum van Helmond te winkelen, gaan niet vaker per week naar het centrum om te winkelen dan degenen die liever elders winkelen en boodschappen doen.



Bron: Internetpanel: Helmond, 2012

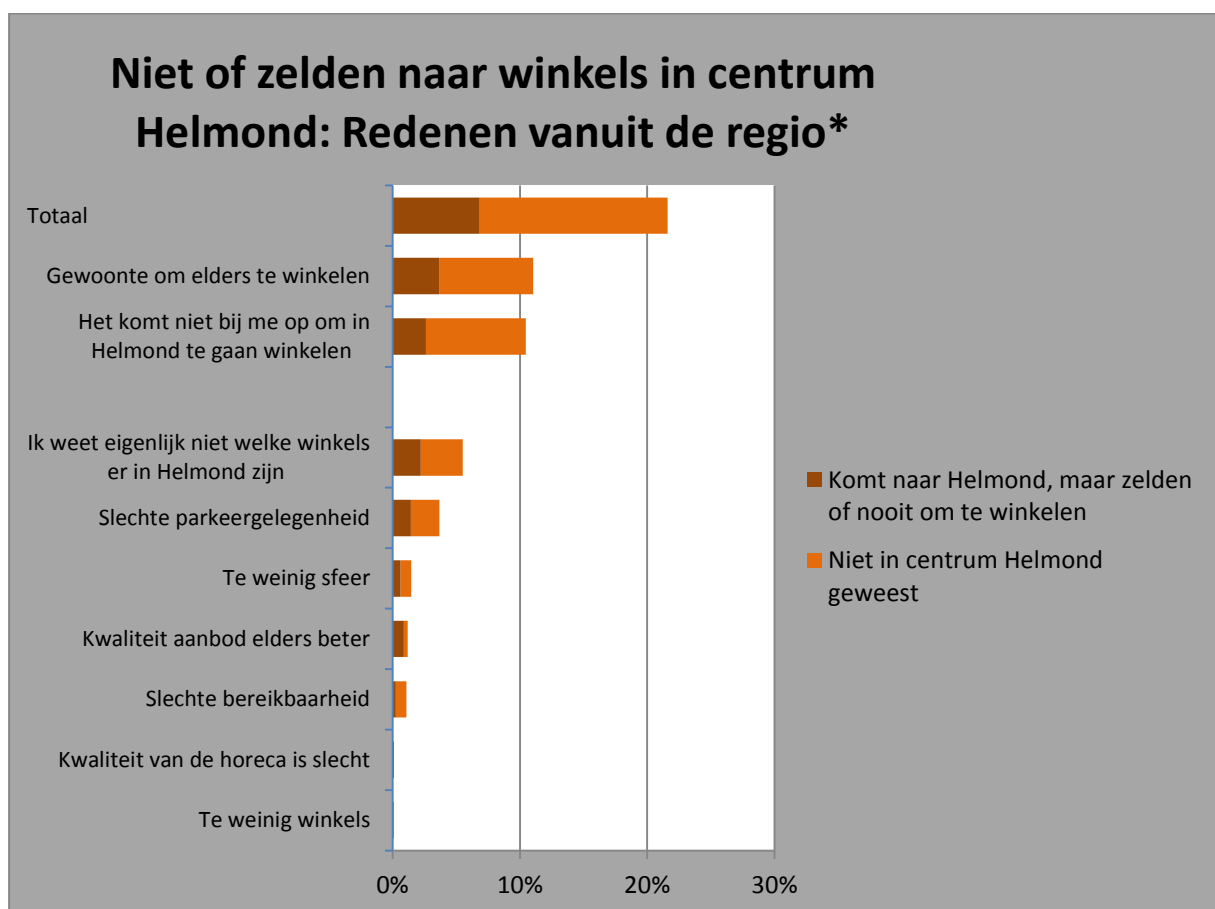
Ook voor bezoekers vanuit de aangrenzende gemeenten is niet duidelijk of Helmond hun eerste voorkeur is. Wel is bekend dat zij vaker naar het centrum van Helmond om te winkelen, naarmate zij vaker buiten hun eigen woonplaats winkelen. De keuze om in Helmond te winkelen is daarmee niet per se ingegeven door een voorkeur voor Helmond boven andere winkelcentra.



Bron: Internetpanel: omliggende gemeenten 2014

4.3.2 Waarom niet winkelen in Helmondse centrum?

Een op de vijf inwoners uit de regio komt zelden of nooit naar Helmond om te winkelen. Voor de grote meerderheid onder hen is winkelen in Helmond geen issue, zij hebben de gewoonte om elders te winkelen en/of het komt niet bij ze op om in Helmond te gaan winkelen. Dit betreft voor beide redenen samen 16% van alle inwoners uit de regio.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014; * meerdere antwoorden mogelijk

Onder degenen die niet/zelden in het centrum van Helmond te winkelen, zijn de onbekendheid met het winkelaanbod en de (veronderstelde) slechte parkeergelegenheid ook nog veel genoemd.

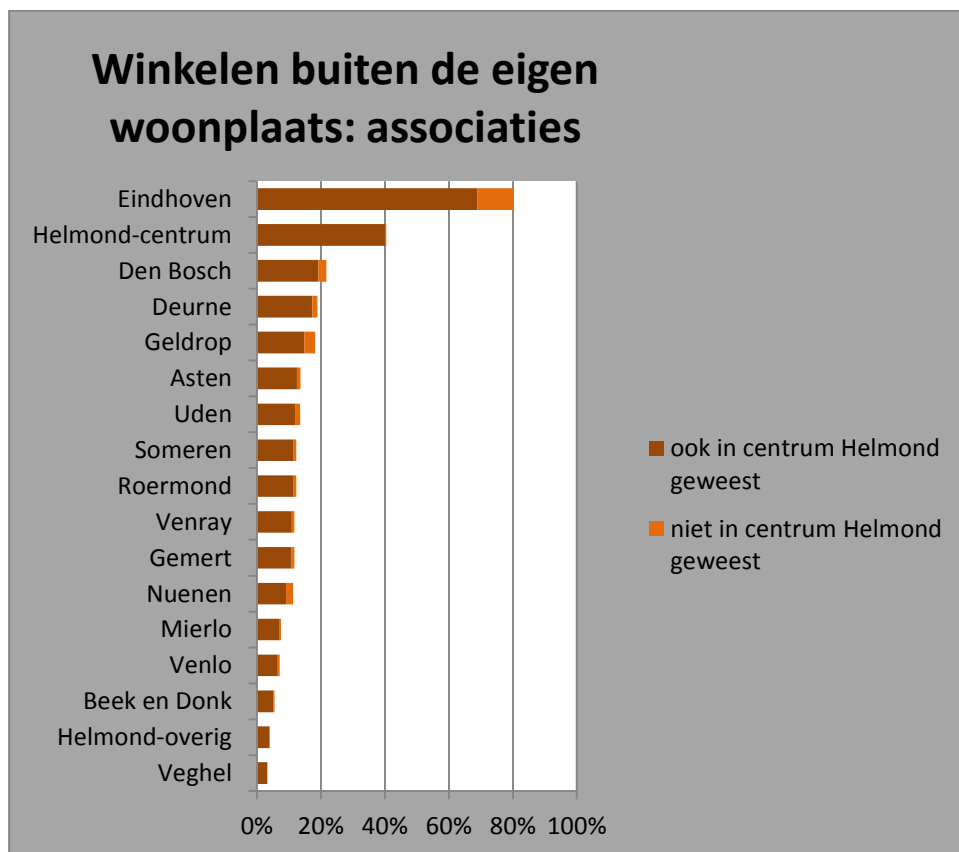
Berekend op alle inwoners uit de regio dan geeft 6% aan onbekend te zijn met het winkelaanbod en 4% geeft "slechte parkeergelegenheid" als reden om niet te gaan winkelen in het centrum.

Onbekendheid met het winkelaanbod komt relatief vaker voor bij mensen die op zich wel in het centrum van Helmond komen.

4.3.3 Winkelen buiten eigen gemeente, associaties

De gemeente waar men het meest aan denkt, bij winkelen buiten de eigen woongemeente, is Eindhoven. Circa 80% van de inwoners uit de aan Helmond grenzende gemeenten, denkt bij winkelen in een andere gemeente aan Eindhoven. Dit geldt naar verhouding zowel voor de mensen die het afgelopen jaar naar het centrum van Helmond zijn geweest, als voor de mensen die niet naar het centrum van Helmond zijn geweest.

Wie meer verschillende gemeenten benoemt waar men zo al winkelt, geeft ook vaker een hogere bezoekfrequentie aan het centrum van Helmond aan.



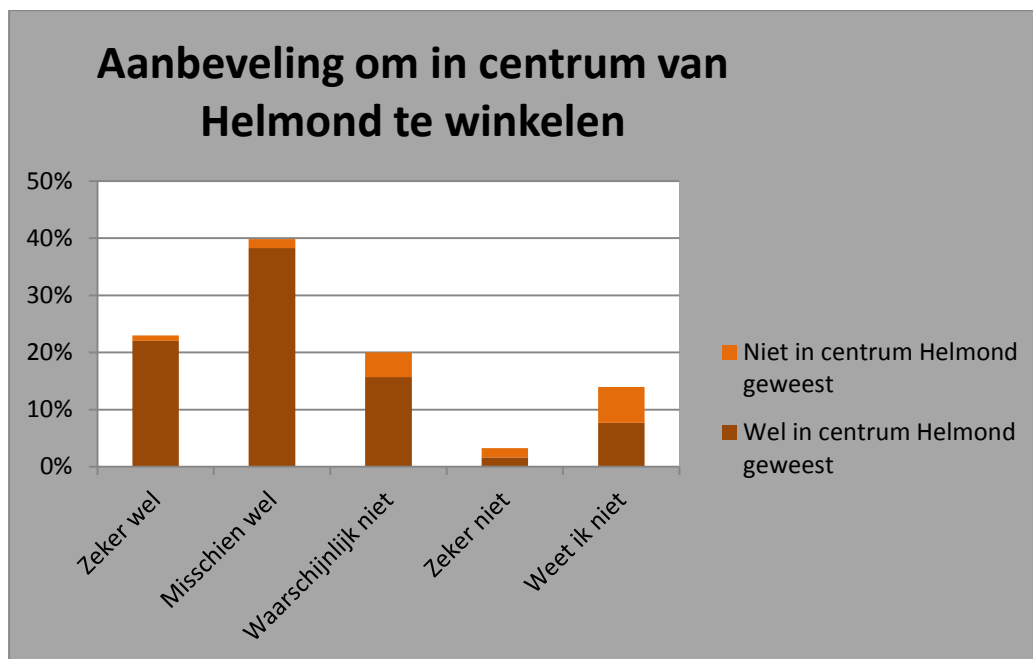
Bron: internetpanel Omliggende gemeenten, 2014

* Helmond-centrum wordt hier (40%) minder vaak genoemd dan eerder in het rapport (92%). Degenen die Helmond niet noemen bij de vraag aan welke gemeente men zoal denkt als men buiten de eigen woonplaats wil gaan winkelen, zijn voornamelijk de mensen die eerder aangaven niet zo vaak in Helmond te winkelen.

4.3.4 Winkelen in Helmond-centrum aanbevelen bij vrienden en familie

Een kwart van de inwoners uit de regio zou het winkelen in Helmond zeker aanbevelen aan familie, vrienden of kennissen en 40% misschien wel.

Slechts 3% zou Helmond zeker niet aanbevelen; dit zijn voor het merendeel mensen die het afgelopen jaar niet in het centrum van Helmond zijn geweest.



Bron: Internetpanel: omliggende gemeenten, 2014

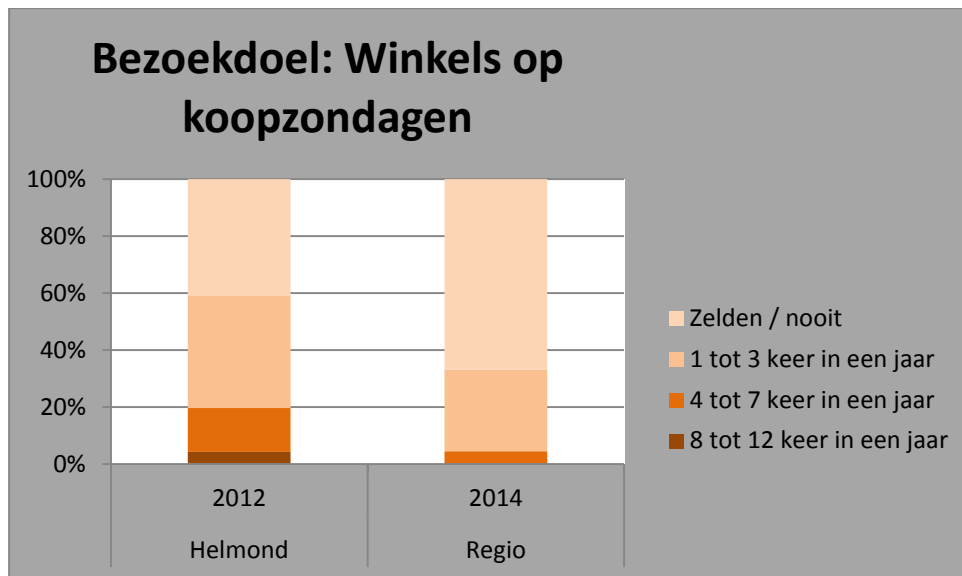
Daarnaast blijkt een op de vijf inwoners uit de aangrenzende gemeenten Helmond “waarschijnlijk niet” aan te bevelen om te gaan winkelen. Onder deze mensen is een flink deel dat wel bekend is met het centrum van Helmond (16% van alle inwoners).

4.4 Koopzondagen

4.4.1 Bezoek koopzondag

Als we Koningsdag niet meetellen (dan zijn de winkels in Helmond ook geopend als zijnde een koopzondag) werd in 2014 een koopzondag in het centrum van Helmond door gemiddeld 8.000 unieke shoppers (bezoekers gemeten tijdens de openingstijden van de winkels) bezocht. Dit aantal lag in dezelfde periode een jaar eerder op 8.200. Dit betekent dat een gemiddelde koopzondag in 2014 3% minder bezoekers trok. Ook landelijk trekt de koopzondag minder bezoekers (Bron: CityTraffic).

Een groot deel van de Helmonders maakt zelden of nooit gebruik van de koopzondagen om naar de winkels in het centrum te gaan. Eén op de vijf Helmonders maakt regelmatig gebruik van de gelegenheid om op koopzondagen te winkelen in het centrum van Helmond (20%); vanuit de regio komt 4% geregeld op koopzondag naar Helmond.



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

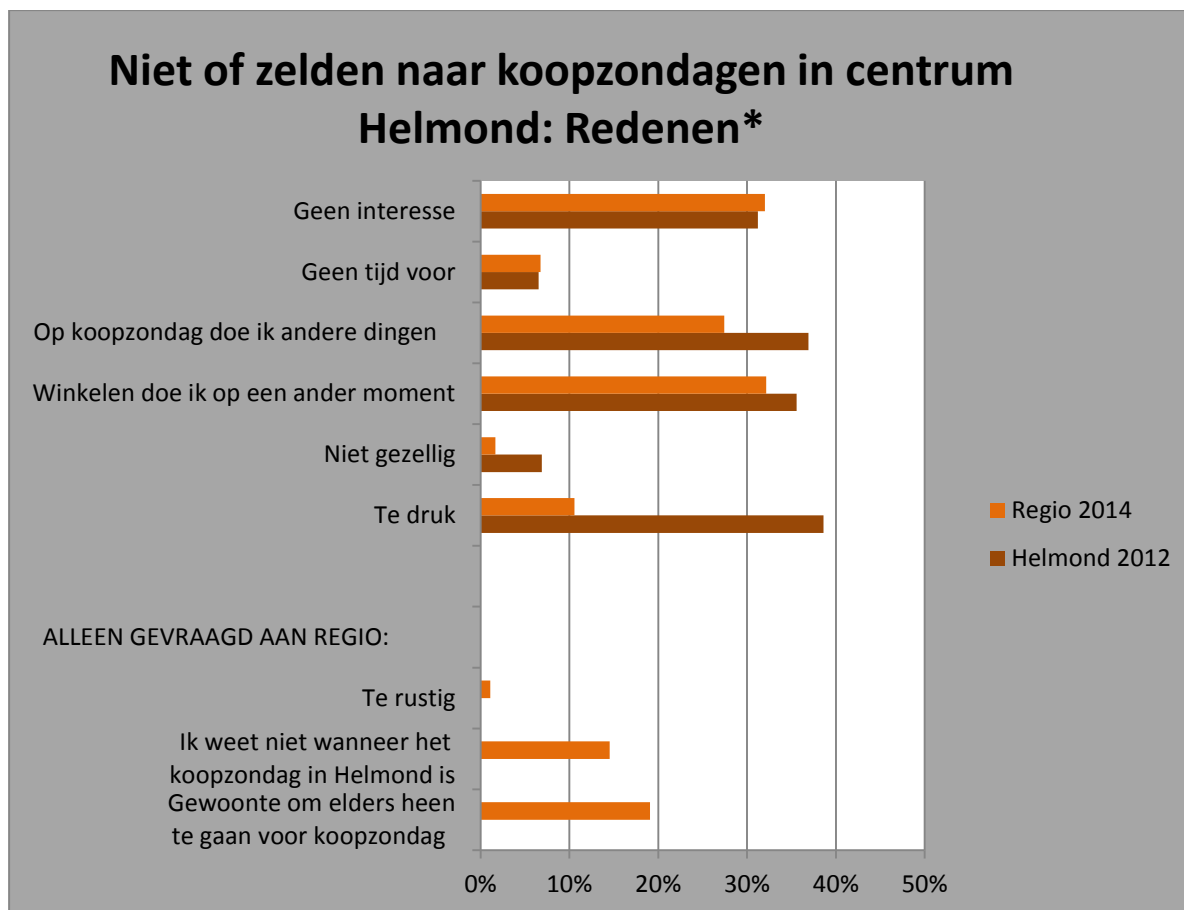
4.4.2 Redenen om koopzondagen zelden of nooit te bezoeken

Redenen om geen gebruik te maken van de koopzondagen zijn voor Helmonders niet veel anders dan voor de inwoners uit de omliggende gemeenten.

Van degenen die niet of zelden naar de koopzondagen in het centrum van Helmond gaan, heeft een derde geen interesse in koopzondagen. Andere argumenten met vergelijkbare percentages geven aan, dat men de zondagen aan andere dingen besteedt, dan wel op andere dagen winkelt.

Een interessante groep in dit verband bestaat uit degenen uit de regio die *wel naar koopzondagen gaan, maar niet in Helmond* (19%) of *niet weet wanneer in Helmond koopzondag is* (15%).

Het enige echt grote verschil tussen inwoners uit Helmond en inwoners uit de regio, is dat Helmonders het vaak te druk vinden op de koopzondagen.



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

* Redenen zijn voorgegeven als antwoordmogelijkheid (in 2014 -regio- extra redenen toegevoegd).

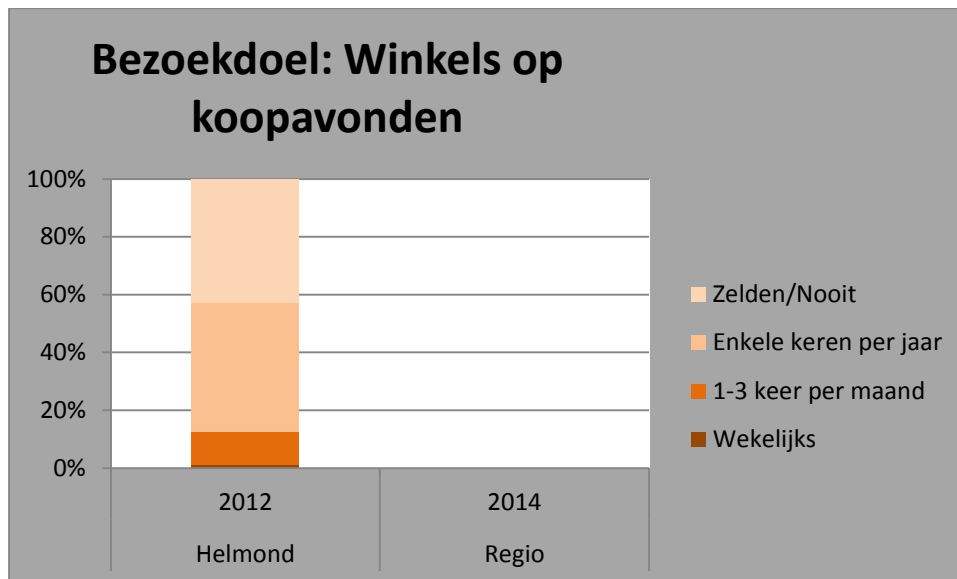
N.B. gepercenteerd binnen de groep die niet of zelden naar koopzondagen komt.

4.5 Koopavonden

4.5.1 Bezoek koopavond

In 2014 bezochten gemiddeld 3.900 unieke personen de koopavond (op vrijdag) in Helmond. De drukst bezochte koopavond van dat jaar was 28 november, de laatste koopavond vóór pakjesavond. Het is helaas niet mogelijk om dit jaar te vergelijken met 2013. Landelijk zien we wel een terugloop in het aantal mensen dat van de koopavond gebruik maakt om inkopen te doen. De koopavond wordt steeds minder populair (Bron: CityTraffic).

Een groot deel van de Helmonders maakt zelden of nooit gebruik van de koopavonden om naar de winkels in het centrum te gaan. Eén op de acht Helmonders maakt regelmatig gebruik van de gelegenheid om op koopavonden te winkelen in het centrum van Helmond (13). Een kleine helft (45%) maakt sporadisch gebruik van de koopavonden.



Bron: Internetpanel: Helmond, 2012

* Info over bezoek vanuit de regio naar koopavonden, is niet bekend vanuit de internetenquêtes

4.5.2 Redenen om koopavonden zelden of nooit te bezoeken

De redenen van Helmonders om zelden of nooit gebruik te maken van de koopavonden lijken sterk op de redenen om zelden of nooit op de koopzondag naar het centrum te gaan. Geen interesse, geen tijd en een andere tijdsplanning voor boodschappen c.q. winkelen.



Bron: Internetpanel: Helmond, 2012

* Redenen zijn voorgegeven als antwoordmogelijkheid (in 2014 -regio- is deze vraag niet gesteld).

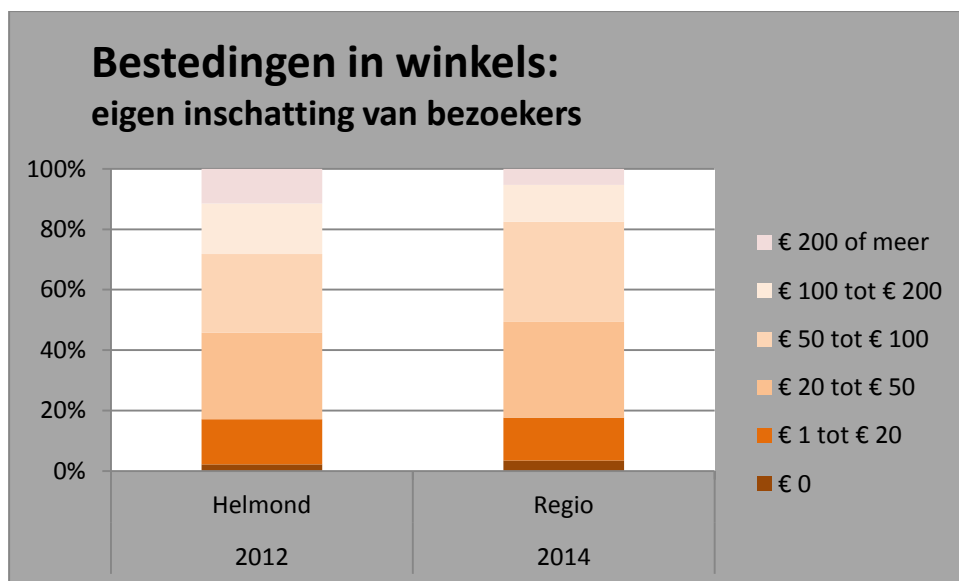
N.B. gepercenteerd binnen de groep die niet of zelden naar koopavonden komt.

4.6 Bestedingen in centrum: winkels

Een kleine helft van de bezoekers geeft, naar eigen inschatting, per bezoek tot € 50,- euro uit in de winkels. Dit geldt zowel voor de Helmondse (2012: 46%) als voor de bezoekers uit de omliggende gemeenten (2014: 49%).

De wat grotere aankopen van € 100,- of meer worden vaker door de Helmondse gedaan (2012: 28%) dan door de bezoekers uit de regio (2014: 17%), dus het gemiddelde bedrag per bezoek ligt voor de Helmondse iets hoger dan voor de bezoekers uit de regio.

Het bedrag dat gemiddeld in de winkels besteed is, ligt voor de Helmondse tussen de €85,- en €95,-. Vanuit de regio ligt het bedrag gemiddeld tussen de €69,- en €73,-.



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

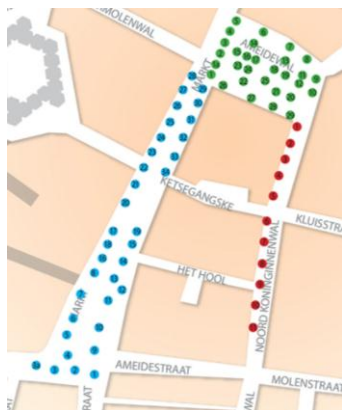
4.6 Internetwinkelen

Het internetwinkelen heeft het afgelopen decennium een enorme groei doorgemaakt. Het aantal online kopers is non-stop toegenomen en ook het aantal aankopen en de omzet van online winkels groeit jaarlijks. Het is een van de ontwikkelingen die de teruggang in het aantal winkels en omzet van de lijfelijke detailhandel verklaart. De detailhandelsomzet via internet beslaat in 2013 ruim €5 miljard. Dit is 6% van de totale detailhandelsomzet. Er zijn enkele branches waarin online al meer wordt omgezet dan offline. Het gaat dan om vakantie/reizen, erotica en computerhard- en software. Telecom, media (waaronder boeken), financiële producten en foto/film liggen dicht tegen deze grens aan. (Bron: 2014, Winkelgebied van de toekomst. Platform 31). De verwachting is dat de omzetverschuiving van offline naar online doorzet. De vraag is alleen in welke mate en in welke branches.

5 Markt

De warenmarkt is een belangrijk onderdeel van het centrum. Elke zaterdag tussen 08.30 en 16.00 uur staan op de Markt, de Ameidewal en de Noord-Koninginnewal tientallen kramen opgesteld met een zeer divers aanbod aan versproducten, kleding, bloemen en planten, accessoires enzovoort.

Branchering markt (groen+ rood food, blauw non-food)



Bron: www.dehelmondsemarkt.nl

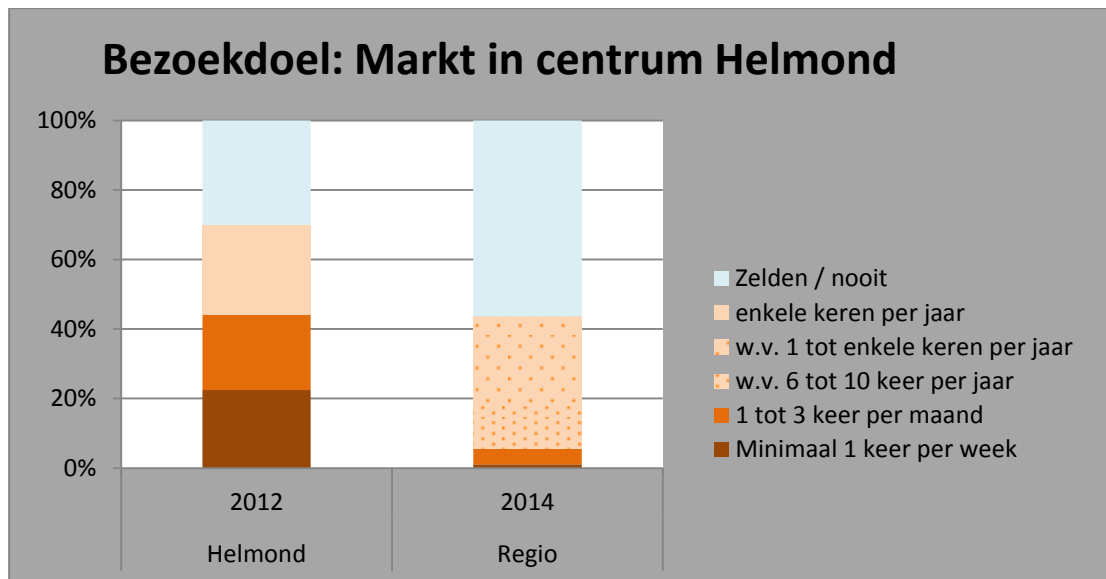
5.1 Landelijke trends en ontwikkelingen

In deze rapportage gaan we niet uitgebreid in op de landelijke ontwikkelingen m.b.t. het marktwezen, maar uit landelijke cijfers en onderzoeken blijkt dat er sprake is van een dalende lijn van geregistreerde ondernemingen binnen de ambulante handel en dan met name in de non-food sector t.o.v. de foodsector. De warenmarkten staan onder druk als gevolg van de toenemende concurrentie van de detailhandel waaronder de sterke concurrenten zoals de textiel- en discountsupermarkten en grote winkelketens zoals H&M en ZARA. Verder zorgt de vergrijzing van de ondernemers voor een daling van het aantal ambulante handelaren net zoals het veranderende (wensen)patroon van consumenten.

5.2 Bezoek aan markt

In 2014 werden gemiddeld per zaterdag (alleen op de dagen dat er ook daadwerkelijk markt was) tussen 08.30 en 16.00 uur 5.600 unieke personen geteld aan de noordkant van de Markt. Welk deel van deze mensen daadwerkelijk de markt bezocht heeft weten we niet. Het zijn dus de mensen die langs dat deel van de warenmarkt komen dat zich ook op de Markt bevindt. We hebben geen passantentellingen voor de overige delen van de warenmarkt, bijvoorbeeld van de food op het Ameideplein of de bloemen juist aan de kant van de Veestraat.

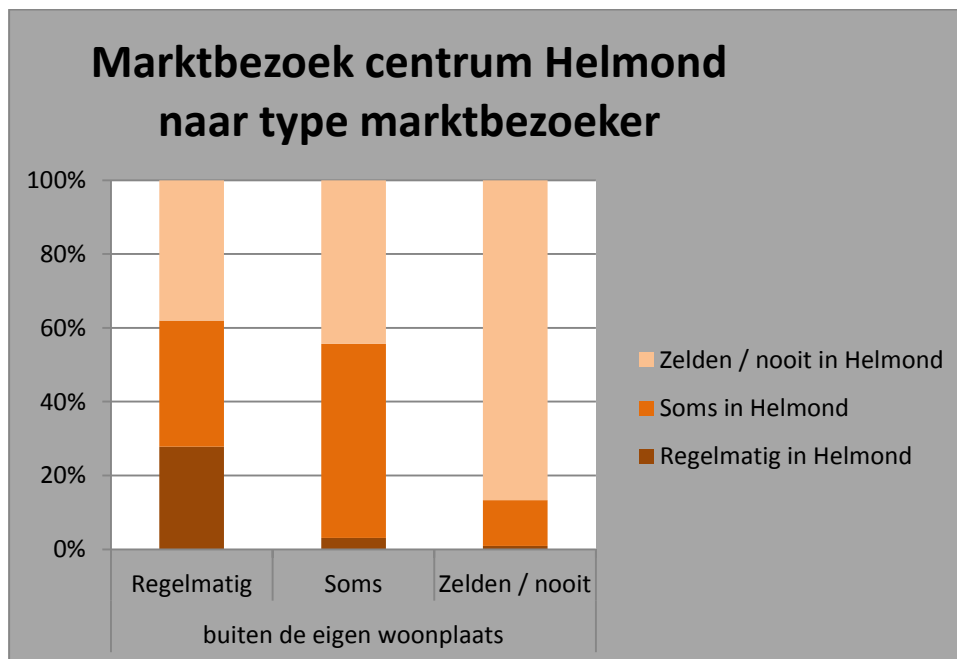
Van de Helmonders gaat 44% regelmatig naar de markt, de helft van deze groep bezoekt de markt zelfs wekelijks. Vanuit de omliggende gemeenten is de groep veel kleiner: 6% van de inwoners uit de omliggende gemeenten bezoekt de Helmondse markt tenminste 1x per maand.



Bron: Internetpanel, omliggende gemeenten 2014

5.2.1 Marktbezoek vanuit regio, naar type marktbezoeker

Niet iedereen is een frequent marktbezoeker, in de regio geeft ruim de helft van de bewoners aan regelmatig of soms een markt te bezoeken buiten die in de eigen woonplaats. De mate waarin een markt wordt bezocht buiten de eigen woonplaats, wordt weerspiegeld in de mate waarin vanuit de regio de markt van Helmond wordt bezocht. Zowel van degenen die regelmatig naar een markt buiten de eigen woonplaats gaan, als van degenen die dit soms doen, komt ruim de helft naar de markt van Helmond.



Bron: Internetpanel, omliggende gemeenten 2014

6 Horeca

In dit hoofdstuk staat de horeca in het Helmondse centrum centraal. Hoeveel horecagelegenheden (hotels en eet- en drinkgelegenheden) zijn er, hoe vaak bezoeken inwoners uit Helmond en de regio de horeca en wat besteden zij er zijn vragen die centraal staan.



Bron: Locatus, maart 2015

6.1 Landelijke trends en ontwikkelingen

Landelijk zijn er een aantal trends, kansen en bedreigingen te zien voor de horeca. Deze trends zijn en zullen in meer of mindere mate ook terug te zien zijn in het centrum van Helmond. De informatie is ontleend aan de branche-informatie van de Rabobank. De onderliggende bronnen zijn Misset Horeca, Horeca Nederland, NRIT Magazine, www.khn.nl en www.kenniscentrumhoreca.nl.

Ten eerste zien we voor de horeca een trend in franchise, ketenvorming en schaalvergroting. Een tweede trend betreft specialisatie en thematisering. Dit verwijst naar de ontwikkeling van concepten rondom thema's die veel in de aandacht staan. Denk aan vers, biologisch, puur, ambachtelijk, gezonde leefstijl ed. Een andere trend is 'beleving'. Denk daarbij aan horecagelegenheden in speciale panden, eigen gebrouwen bier, het organiseren van eigen festivals, thematisering, bijzondere concepten, unieke locaties, hoog-niveau voorzieningen e.d. Internet is daarnaast ook een belangrijke trend (en blijkt zelfs doorslaggevend voor hotels als het gaat om boekingen). Denk aan online reserveren, online bestellen, online oriënteren, het raadplegen van reviews en kortingssites. Tot slot speelt er branchevervaging: tussen cafetaria, restaurant en café enerzijds en retail of bij hotels tussen horeca en branchevreemde partijen (privé/kleinschalige logiesconcepten).

Kansen voor de gehele horeca liggen in meer consumptie buitenshuis, het feit dat er meer eenpersoonshuishoudens komen, vergrijzing en daarmee de opkomst van kapitaalkrachtige senioren. Daarbij stimuleren gemeentes horeca voor een aantrekkelijke leefomgeving.

Naast trend is de branchevervaging tussen horeca en detailhandel, veelal veroorzaakt door de structureel teruglopende winkelvekopen door internet, ook een bedreiging voor de traditionele horeca. Inkooprijzen en de kosten van personeel en entertainment stijgen maar de verkoopprijzen staan onder druk (marges worden steeds kleiner) en het verschil tussen horeca en supermarkt neemt steeds

meer toe of heeft zelfs een kritische grens bereikt (de consument haakt af, gesignaleerd bij m.n. cafés).

6.2 Aantal horecagelegenheden

Begin 2015 telt het centrum 75 horecagelegenheden (42% van alle horecagelegenheden in Helmond). Dit aantal is sinds 2004 redelijk stabiel gebleven. In deze periode zien we vooral veranderingen als het gaat om cafés, café-restaurants en restaurants. Het aantal cafés is in 11 jaar tijd afgenomen van 30 naar 19. Het aantal café-restaurants en restaurants laat juist een toename zien van 15 naar 24 in 2015.

Per 1.000 inwoners telt Helmond 0,8 horecagelegenheden in het centrum. Dit cijfer is sinds 2004 niet veranderd. In de groep referentiesteden (steden met een inwonertal tussen de 50.000 en 100.000 inwoners) is het aandeel horecagelegenheden in de centrale winkelgebieden ook stabiel gebleven maar is gemiddeld wel hoger dan in Helmond (1,2 per 1.000 inwoner).

Een aantal referentiesteden (met een inwonertal tussen de 50.000 en 100.000 inwoners) wordt nog eens uitgelicht. Het betreft Roosendaal, Oss, Hengelo, Almelo en Purmerend. Deze steden hebben een vergelijkbare sociaaleconomische structuur en liggen, net als Helmond, ook in de nabijheid van een grotere stad. Van deze steden kent Helmond, per 1.000 inwoners, het laagste aantal horecagelegenheden in het centrum. Roosendaal heeft naar verhouding de meeste horeca in het centrum per 1.000 inwoners (1,5 per duizend inwoners).

6.2.1 Horeca centrum versus periferie

42% van de Helmondse horecagelegenheden bevindt zich in het centrum van de stad. Dit is relatief weinig vergeleken met andere steden met een vergelijkbaar inwonertal (tussen de 50.000 en 100.000 inwoners). Gemiddeld ligt 54% van de horecagelegenheden - in deze groep referentiesteden - in het centrum. Vanaf 2010 is het aandeel horeca in het centrum t.o.v. de periferie mondjesmaat afgenomen.

6.2.2 Horeca naar type

Het grootste deel van de horeca in Helmond-centrum bestaat uit café(-restaurants) en restaurants. In 2004 lag het zwaartepunt bij de cafés. 11 jaar later vormen de café-restaurants en restaurants de grootste groep. In de periode vanaf 2004 is het aantal hotel-restaurants niet veranderd. Het aantal beschikbare bedden en kamers is wel flink toegenomen door de uitbreiding van Hotel West-Ende. Niet in het centrum gelegen, maar wel dichtbij (op Suytkade) is in 2013 Fitland geopend. Fitland is een hotel met 87 kamers.

Aantal horecagelegenheden centrum Helmond

	2004	2015
café	30	19
café-restaurant/restaurant	15	24
fastfood	9	9
grillroom/shoarmazaak	6	5
lunchroom	9	12
hotel-restaurant*	2	2
overig	2	4
totaal	73	75

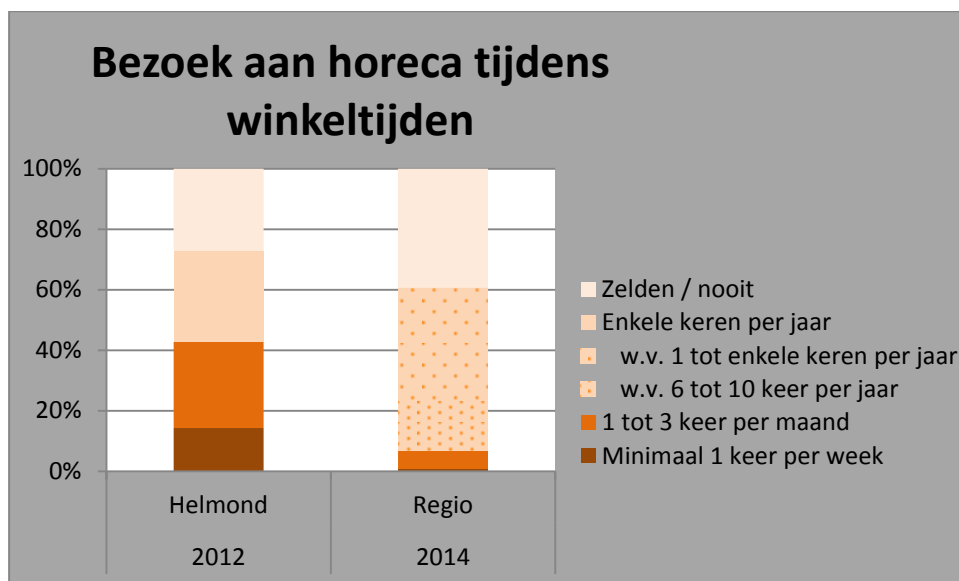
Bron: Locatus *exclusief Fitland

6.3 Bezoek aan horeca

6.3.1 Tijdens winkeltijden

Een groot deel van de Helmondse maakt tijdens de winkeltijden gebruik van de horeca. Voor 43% van de Helmondse geldt dat zij dit tenminste 1x per maand doen.

Voor de inwoners uit de aangrenzende gemeenten ligt het aandeel dat gebruik maakt van de horeca ten eerste al veel lager en ten tweede is het aandeel dat dit tenminste 1x per maand doet ook nog eens fors lager (7%). Hier ligt dus wel een uitdaging om mensen uit de regio te interesseren. In totaal heeft 61% van de bewoners uit de aangrenzende gemeenten tenminste 1x per jaar gebruik gemaakt van horeca in het centrum van Helmond, tijdens de winkeltijden.

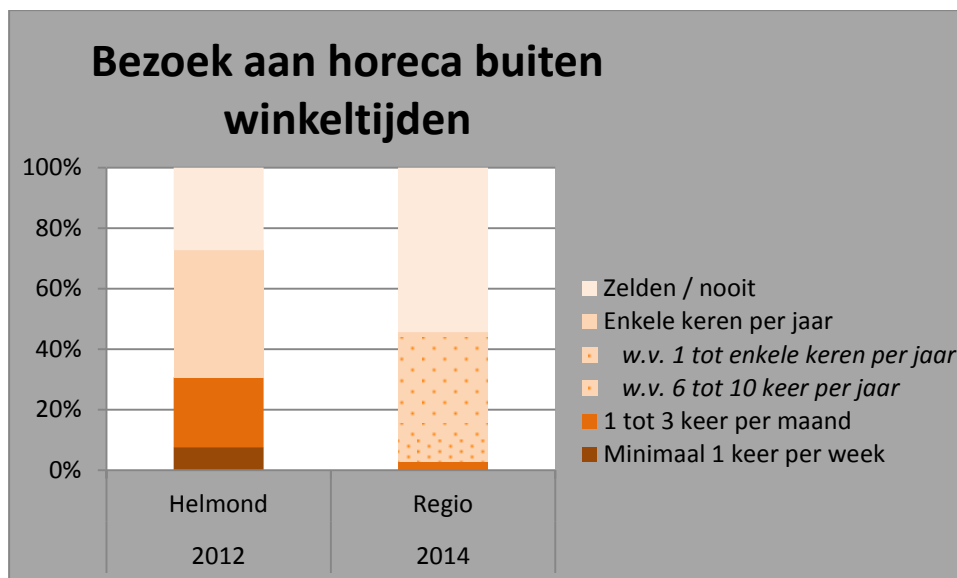


Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

6.3.2 Bezoek aan horeca buiten winkeltijden

Buiten de winkeltijden maakt een groot deel van de Helmondse gebruik van de horeca. Ruim 30% doet dit tenminste 1x per maand.

Mensen die vanuit de aangrenzende gemeenten naar het centrum van Helmond komen, maken zelden gebruik van de horeca in de stad. Het aandeel personen dat tenminste 1x per maand gebruik maakt van de Helmondse horeca buiten de winkeltijden ligt een factor 10 lager dan de Helmondse zelf, namelijk 3%. In totaal heeft 46% van de bewoners uit de aangrenzende gemeenten tenminste 1x per jaar gebruik gemaakt van horeca in het centrum van Helmond, buiten de winkeltijden.



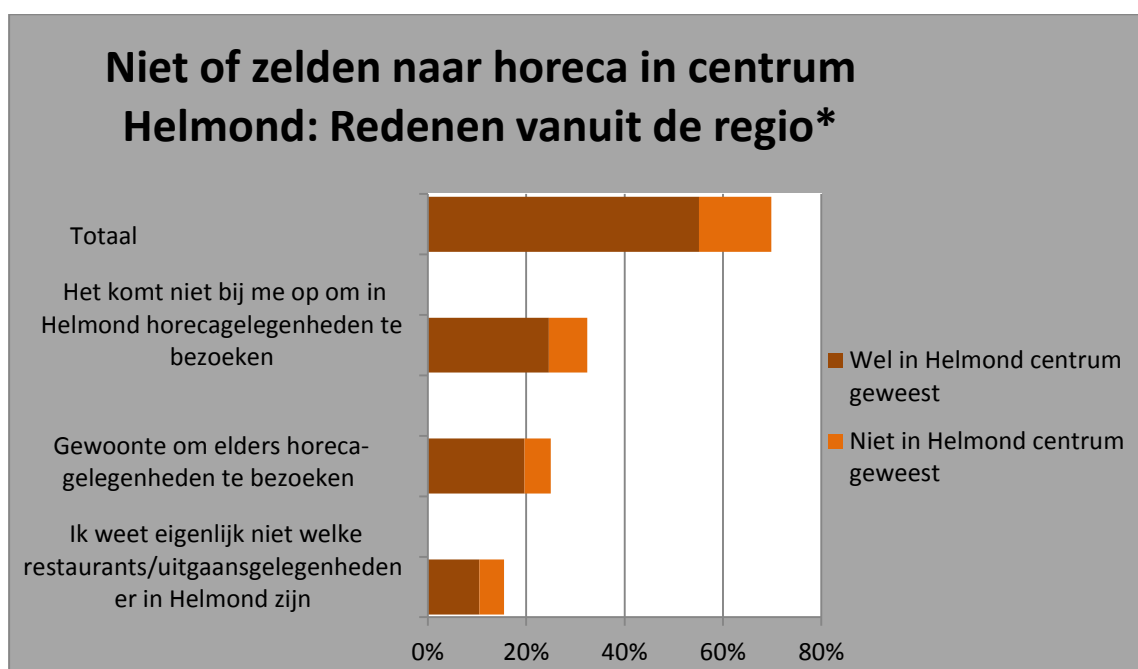
Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

*Bezoek aan horeca, buiten winkeltijden, zoals uit eten, kroeg/cafébezoek of om te stappen

Mensen die vanuit de aangrenzende gemeenten gebruik maken van de horeca in het centrum van Helmond, doen dit vooral tijdens de winkeltijden.

6.3.3 Waarom geen bezoek aan horeca

Mensen vanuit de regio maken eigenlijk alleen gebruik van de horeca in het centrum van Helmond, tijdens de winkeltijden. Voor degenen die zelden of nooit gebruik maken van de Helmondse horeca is de belangrijkste reden, dat zij niet op het idee komen om de horecagelegenheden te gaan bezoeken. Verhoudingsgewijs wordt deze reden net zo vaak genoemd door degenen die wel in het centrum van Helmond zijn geweest, als door degenen die het afgelopen jaar niet in het centrum van Helmond zijn geweest.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

* Redenen zijn voorgegeven als antwoordmogelijkheid (in 2012 –Helmondse inwoners- is deze vraag met andere antwoordmogelijkheden gesteld).

Een andere veelgenoemde reden is, dat mensen de gewoonte hebben om elders horeca-gelegenheden te bezoeken. Ook deze reden wordt naar verhouding even vaak genoemd door degenen die naar het centrum van Helmond geweest zijn als door degenen die niet in het centrum van Helmond geweest zijn.

Onbekendheid met de restaurants / uitgaansgelegenheden in Helmond wordt wel relatief vaker genoemd door degenen die niet in Helmond zijn geweest.

Kwaliteit van de horeca

De kwaliteit van de horeca, de sfeer en de bediening zijn redenen die slechts door enkelen uit de regio (2014) worden benoemd. Dat is vanuit de regio geen reden om bij de horeca weg te blijven.

Helmonders zelf noemden (2012) de kwaliteit van de horeca wel als reden om geen gebruik te maken van de horeca, evenals de kwaliteit van het centrum, het winkelaanbod, de sfeer.

Parkeergelegenheid

De kwaliteit/beschikbaarheid/prijs van de parkeergelegenheid wordt door 7% van de niet naar horeca komende inwoners uit de regio (2014) als reden gegeven om geen gebruik te maken van de horeca in het centrum van Helmond. Dit is 5% van het totaal aantal inwoners uit de regio.

Helmonders zelf waren (2012) vaker negatief over de parkeergelegenheid: 14% van de Helmonders geeft slechte bereikbaarheid / parkeergelegenheid als reden om geen gebruik te maken van de horeca in het centrum.

Overige (spontane) reden: Geen horecamens

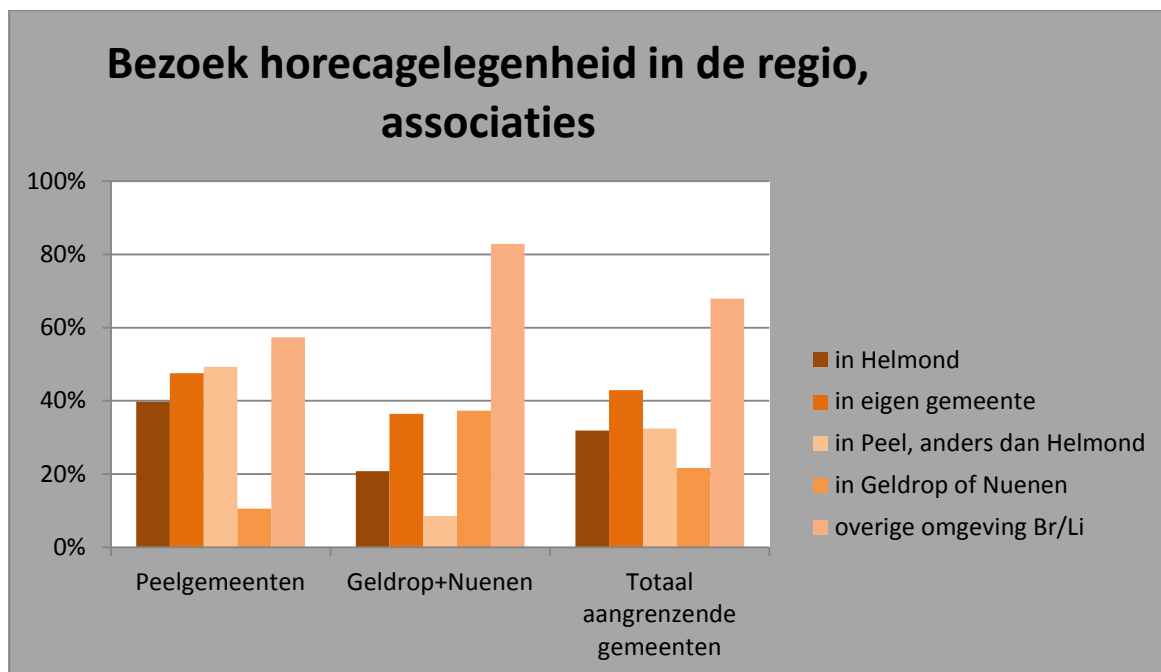
Uit de overige, niet voorgegeven, antwoorden komt als extra reden naar voren dat een deel van de mensen zichzelf niet ziet als horecamens, is 'geen terrasjestyle'. Onder de inwoners uit de regio geeft 10% deze reden om geen gebruik te maken van de horeca; onder de inwoners van Helmond 19%.

Helmonders komen vaker vanuit een ander perspectief in het centrum dan mensen vanuit de regio. Een reden die bij de regio niet genoemd wordt, maar wel bij de inwoners uit Helmond is, dat Helmonders gewoon snel even willen winkelen en de koffie drinken ze dan wel thuis (7%). Ook het financiële aspect speelt voor de Helmonders een rol om geen gebruik te maken van de horeca (13%).

6.3.4 Waar gaat men uit buiten eigen gemeente (betr. horeca)?

Vanuit de aangrenzende gemeenten denkt een op de drie inwoners bij gebruik van horeca buiten de eigen gemeente, aan Helmond. Vanuit de aangrenzende gemeenten die behoren tot de zgn. Peelregio komt dit vaker voor (40%) dan vanuit de gemeenten Nuenen / Geldrop-Mierlo (21%).

De Peelgemeenten en de niet-Peelgemeenten hebben voor het horecagebruik over en weer een uitwisselingsrelatie. Circa 10% van de inwoners uit de Peelgemeenten denkt bij horeca buiten de eigen woongemeente aan Nuenen / Geldrop-Mierlo en vice versa.

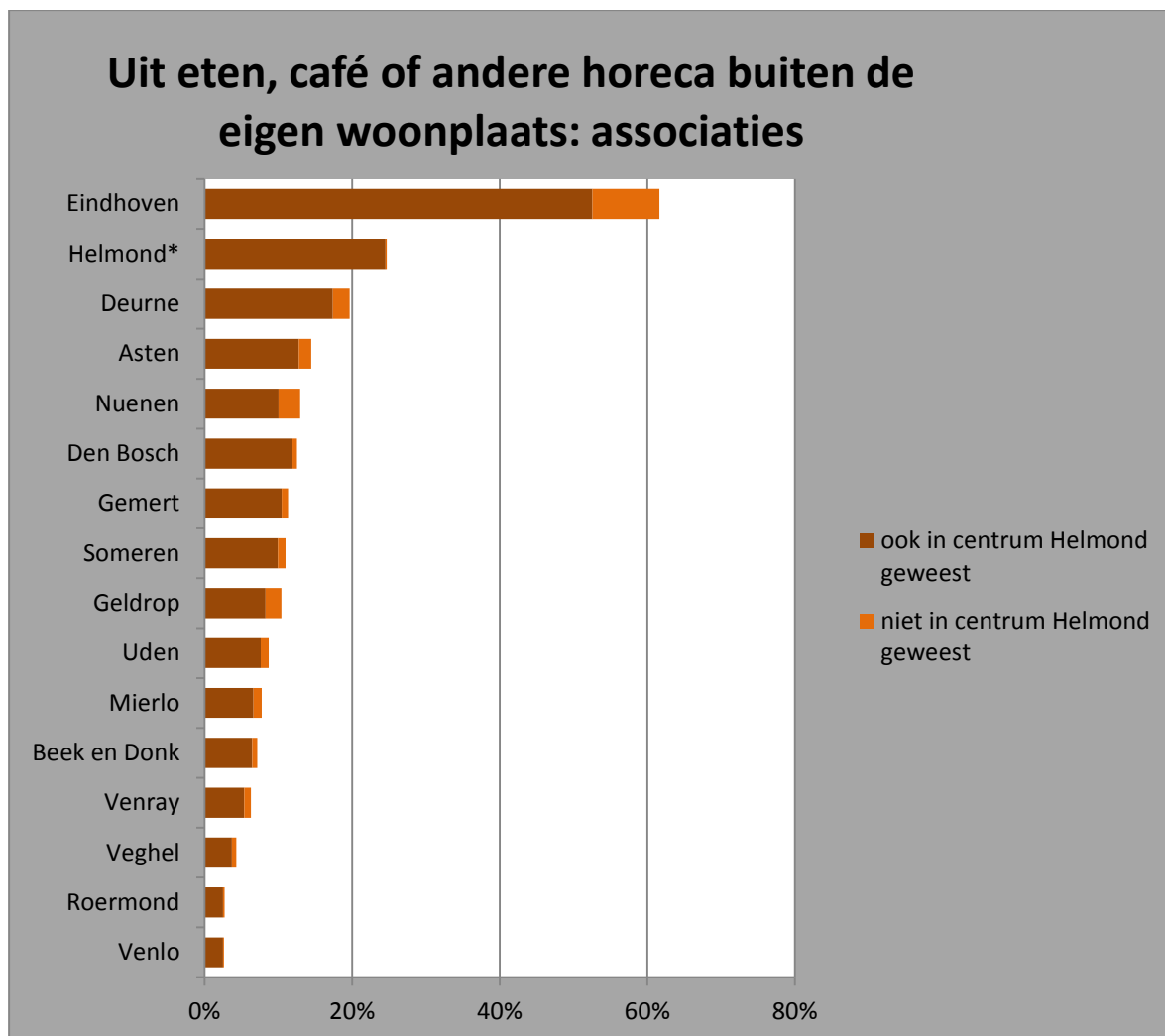


Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

In de aangrenzende Peelgemeenten wordt ook door meer mensen gebruik gemaakt van de horeca in de eigen gemeente (48%) dan in de gemeenten Nuenen c.a. of Geldrop-Mierlo (36%). Uit laatstgenoemde gemeenten gaat men overigens wel eerder voor horeca naar andere gemeenten uit Brabant of Limburg (zoals Eindhoven, Den Bosch, Roermond, Venlo). In de Peelgemeenten is dit 57%, in Nuenen / Geldrop-Mierlo is dit 83%.

6.3.5 Horeca buiten eigen gemeente: associaties in detail

De gemeente waar men het meest aan denkt als men buiten de eigen woongemeente uit eten, naar café, of andere horeca wil gaan, is Eindhoven. Ruim 60% van de inwoners uit de aan Helmond grenzende gemeenten, gaat bij horeca buiten de eigen gemeente naar Eindhoven. Dit geldt naar verhouding even veel voor de mensen die het afgelopen jaar naar het centrum van Helmond zijn geweest, als voor de mensen die niet naar het centrum van Helmond zijn geweest.

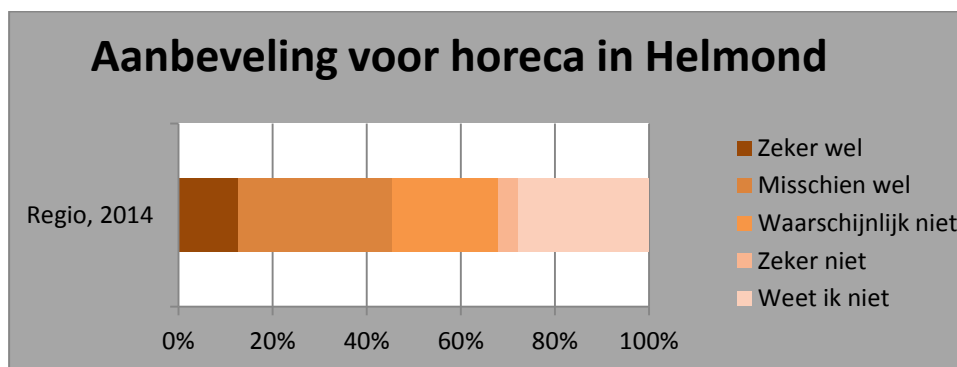


Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

* Helmond-centrum wordt hier (25%) minder vaak genoemd dan eerder in het rapport (61% tijdens winkeltijden; 46% buiten winkeltijden). Degenen die Helmond niet noemen bij deze vraag aan welke gemeente men zoal denkt bij horeca buiten de eigen woonplaats, zijn voornamelijk de mensen die eerder aangaven niet zo vaak in Helmond gebruik te maken van horeca.

6.3.6 Aanbeveling centrum Helmond horeca?

Bijna de helft van de bewoners uit de regio zou de horeca in Helmond aanbevelen aan familie, vrienden of kennissen. Slechts 4% zou Helmond zeker niet aanbevelen.



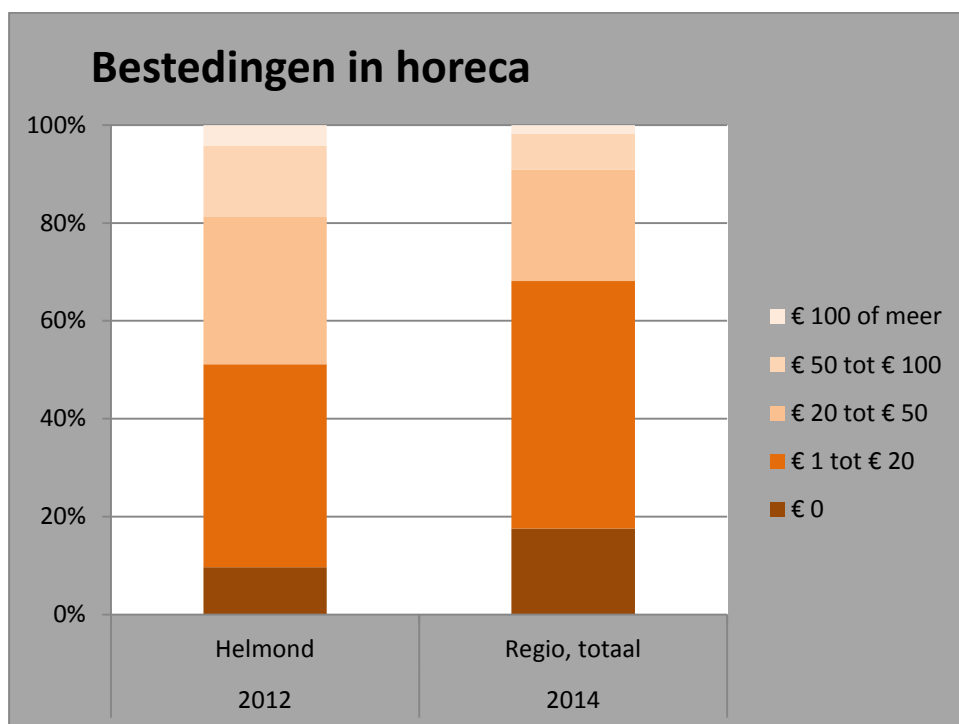
Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

6.4 Uitgaven in horeca

6.4.1 Bestedingen

Het bedrag dat gemiddeld is besteed in een horecagelegenheid ligt voor de Helmonders hoger dan voor de inwoners uit de regio. Helmonders €34,- tot €38,- en regio €25,- tot €27,-. Een belangrijke reden voor dit verschil is, dat de regio nauwelijks gebruik maakt van de horeca buiten de winkeltijden.

Overigens is er weinig verschil in besteed bedrag tussen degenen die tenminste 6x per jaar gebruik maken van de horeca en degenen die minder gebruik maken van de horeca.



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

N.B. Voor regio betreft dit vnl. bezoek tijdens de winkeltijden.

7 Cultuur

Activiteiten op het terrein van Kunst & Cultuur leveren een belangrijke bijdrage aan het imago van de stad. Instellingen als Kunstkwartier en het Speelhuis hebben een regionaal bereik. Ook steeds meer evenementen weten publiek uit de regio aan zich te binden. Exposities in het Gemeentemuseum krijgen landelijke aandacht en trekken ook bezoekers van buiten de regio.

Zie de bijlage voor een kaartje met de culturele voorzieningen in Helmond en specifiek in het centrum van Helmond.

7.1 Bezoek culturele voorzieningen

De meeste culturele voorzieningen in Helmond vinden we in of net buiten het centrum. Direct in het centrum van Helmond vinden we het Speelhuis, het Kunstkwartier/Scalazaal, de Pathé-bioscoop, en het Gemeentemuseum (locatie Kasteel en Boscotondohal). Daarnaast vinden we er een aantal kleinere podia, namelijk de Kiosk op de Markt en de Lambertuskerk. Aan de zuidkant van het centrum, aan de andere kant van het spoor, is sinds 2014 de nieuw opgebouwde Cacaofabriek in gebruik genomen. In dit gebouw vinden we o.a. een filmzaal (voorheen het Filmhuis gevestigd in het Frans Joseph van Thiel-park) en een poppodium (voorheen poppodium Lakei gevestigd aan de Molenstraat).

Van een aantal culturele voorzieningen zijn de bezoekersaantallen bekend. Het Speelhuis kende in 2012 en 2013 een flinke daling van het aantal bezoekers. Dit heeft natuurlijk te maken met de brand die het gebouw op het Speelhuissplein eind 2011 volledig in de as legde. Sinds januari 2013 is het theater Speelhuis gevestigd in de kerk aan de Kromme Steenweg. In 2014 is het aantal bezoekers weer bijna op het niveau van voor de brand.

Het Gemeentemuseum kende vanaf 2010 een aantal jaren op rij een dalend aantal bezoekers. In 2014 is dit aantal weer gestegen. Het Filmhuis is in 2014 overgegaan naar de nieuwe Cacaofabriek. Het aantal bezoekers is daarbij redelijk stabiel gebleven.

Aantal bezoekers culturele voorzieningen centrum

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
't Speelhuis (incl. Scala)	56.861	58.125	53.108	15.123*	32.349	49.684
Gemeentemuseum (locatie Kasteel en Boscotondo)	26.074**	45.832	35.115	32.611	29.311	35.644
Filmhuis***	19.873	17.303	19.581	15.161	16.109	
Cacaofabriek, filmzaal						15.900
Cacaofabriek, popzaal						9.000

Bron: 't Speelhuis, Gemeentemuseum, Filmhuis, Cacaofabriek

* In verband met de brand in het Speelhuis eind 2011 zijn er minder bezoekers in 2012 geweest

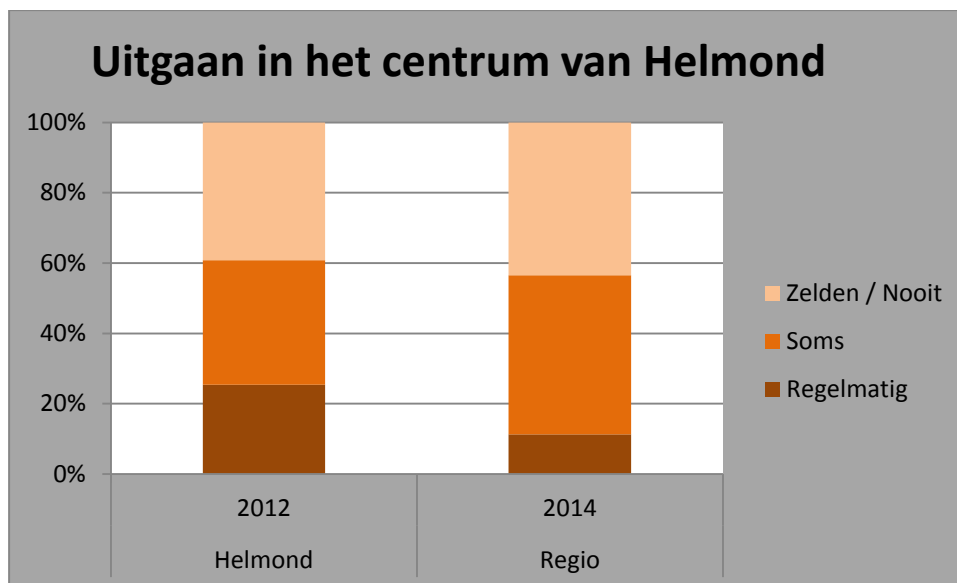
**In verband met asbestsanering is het kasteel in de zomer ruim 2 maanden gesloten geweest.

***In 2014 heeft het Filmhuis zich gevestigd in de Cacaofabriek

7.2 Uitgaan in centrum (theater, filmhuis, bioscoop)

Rond 60% van de Helmonders gaat in het centrum van Helmond wel eens naar theater, filmhuis of bioscoop. Uit de aangrenzende gemeenten gaat een vergelijkbaar aandeel van de inwoners in Helmond uit.

Als Helmonders uitgaan in het centrum, gaan zij frequenter dan de inwoners uit de aangrenzende gemeenten.



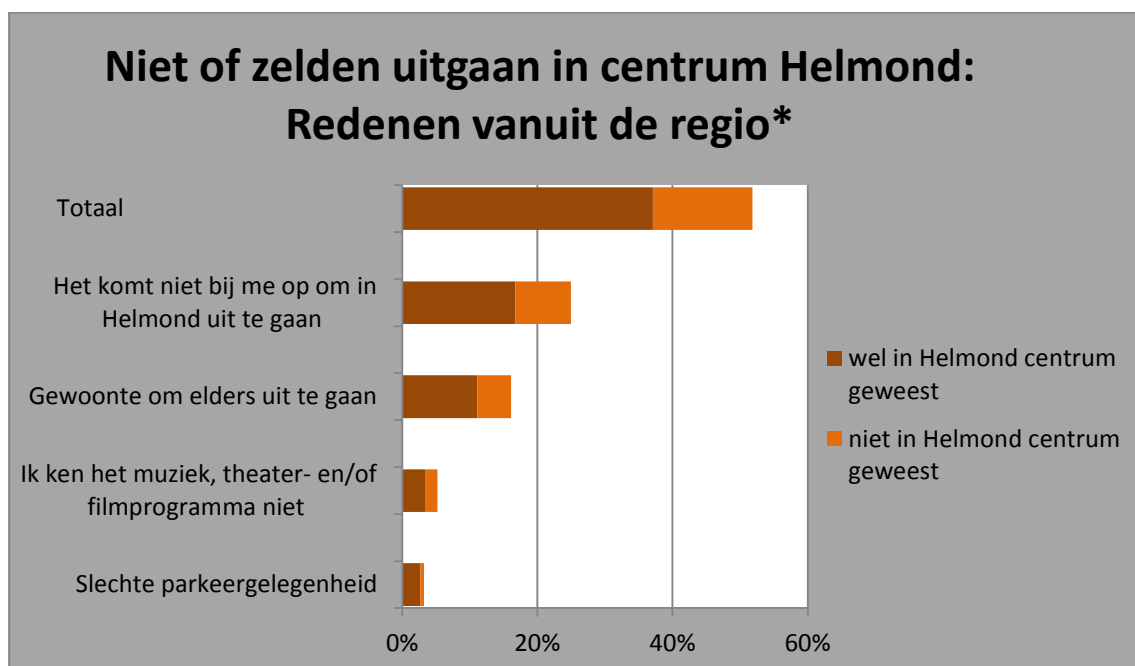
Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

*Uitgaan in het centrum van Helmond (theater, filmhuis, bioscoop)

7.2.1 Waarom niet uitgaan in centrum Helmond

Ruim de helft van de mensen uit de aangrenzende gemeenten gaat in Helmond wel eens naar het theater of naar de film. De belangrijkste reden van degenen die niet in Helmond uitgaan is, dat het niet bij ze is opgekomen. Of men heeft de gewoonte om elders uit te gaan. In beide gevallen wordt deze reden relatief vaker genoemd door degenen die wel in centrum Helmond zijn geweest.

Uit de niet voorgegeven antwoorden blijkt dat een vrij grote groep als reden heeft, dat men sowieso niet uitgaat (19%), niet in Helmond en ook niet in de eigen of een andere gemeente.

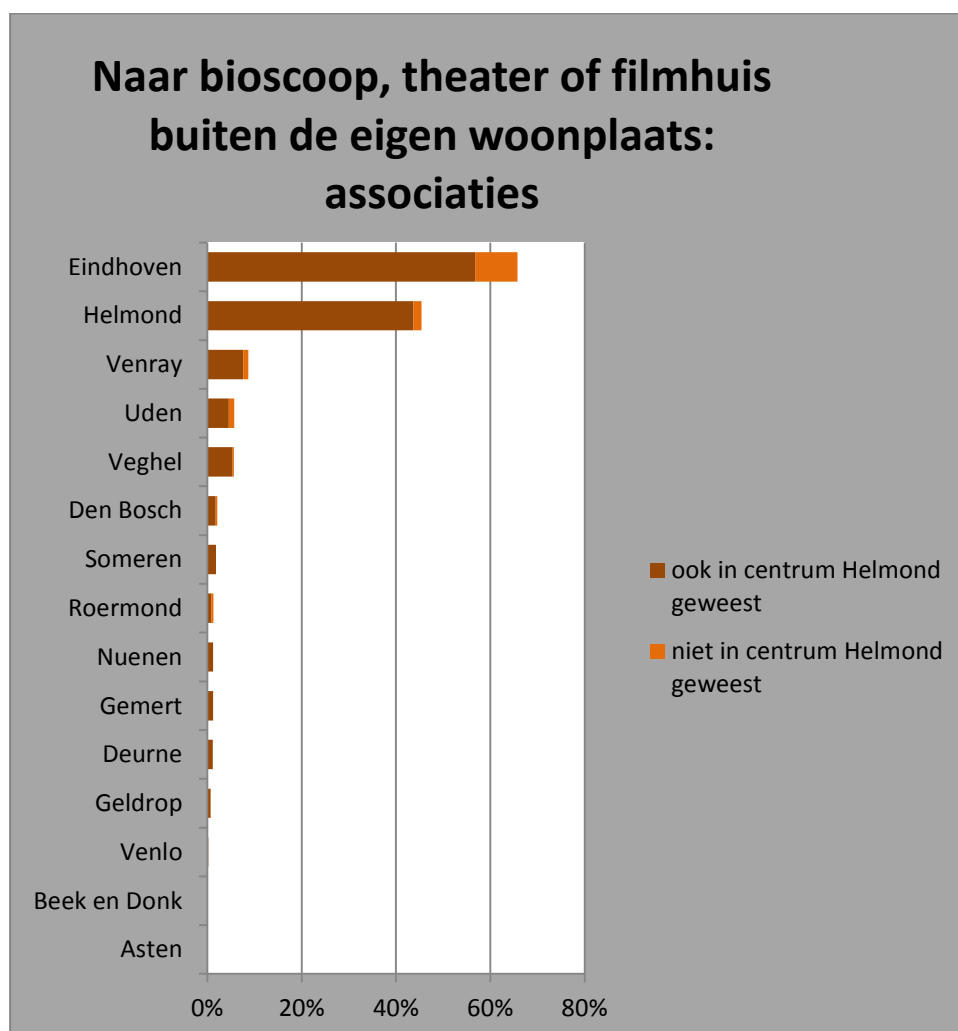


Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

* Redenen zijn voorgegeven als antwoordmogelijkheid (in 2012 -Helmondse inwoners- is deze vraag niet gesteld).

7.2.2 Buiten eigen gemeente naar theater of film: associaties

De gemeente waar men het meest aan denkt als men buiten de eigen gemeente naar bioscoop, theater, of filmhuis wil gaan, is Eindhoven. Twee op de drie inwoners uit de aan Helmond grenzende gemeenten (66%), denkt bij uitgaan buiten de eigen woongemeente aan Eindhoven. Dit geldt naar verhouding zelfs iets vaker voor de mensen die het afgelopen jaar naar het centrum van Helmond zijn geweest, als voor de mensen die niet naar het centrum van Helmond zijn geweest.

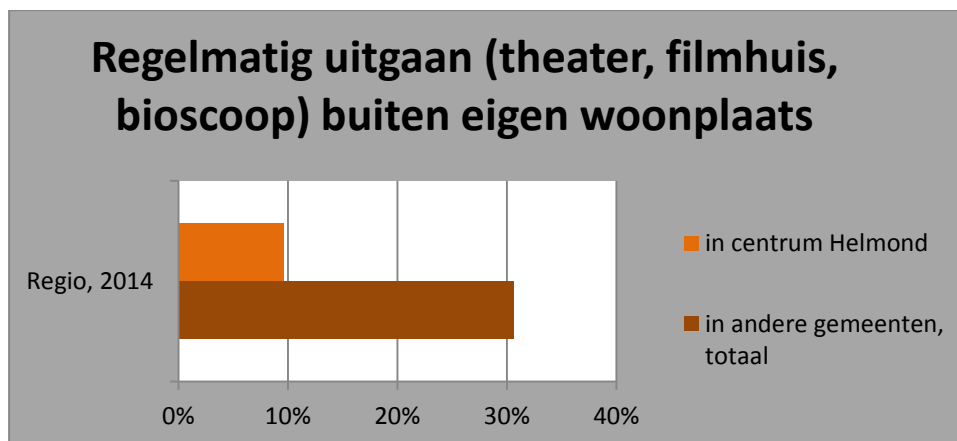


Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

7.2.3 Regelmatig uitgaan buiten eigen woongemeente

Drie op de vier inwoners uit de aangrenzende gemeenten gaan wel eens uit buiten de eigen gemeente, slechts 25% geeft aan zelden of nooit in andere gemeenten naar de bioscoop of film te gaan. Ruim 30% van de bewoners uit de aan Helmond grenzende gemeenten gaat 2x per jaar of vaker buiten de eigen gemeente naar de bioscoop of film.

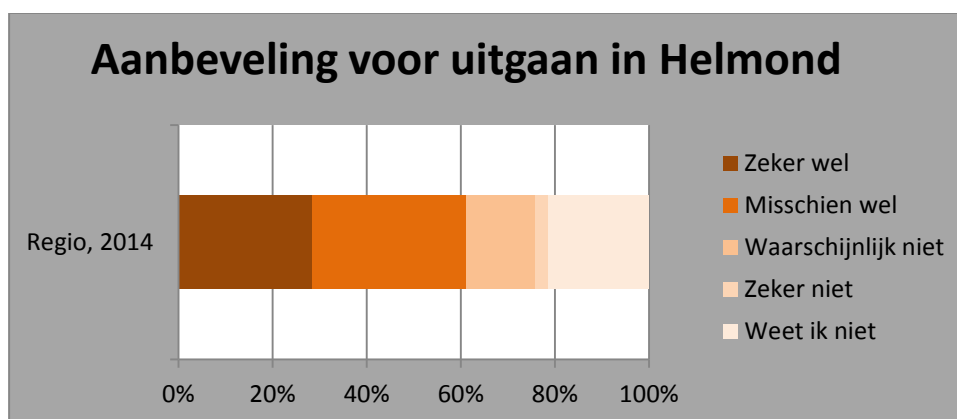
Het centrum van Helmond wordt door 10% van de inwoners uit aangrenzende gemeenten minimaal 2x per jaar bezocht om naar het theater, het filmhuis of de bioscoop te gaan.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

7.2.4 Uitgaan in het centrum Helmond aanbevelen aan anderen

Een ruime helft van de inwoners uit de aangrenzende gemeenten (61%) zou Helmond aanbevelen bij familie, vrienden en kennissen om naar het theater of film te gaan. Een kleine minderheid (3%) zou dit zeker niet doen.



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

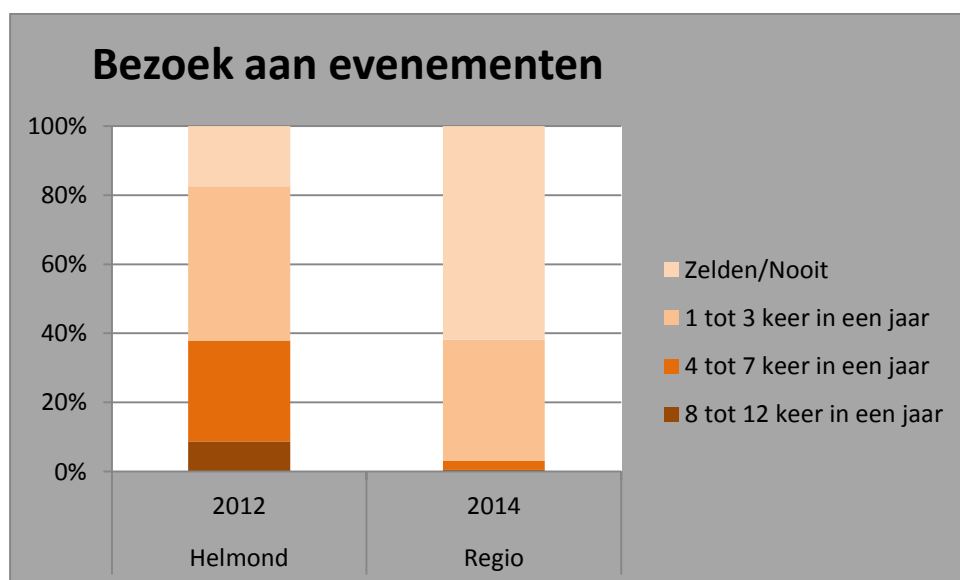
8 Evenementen

Jaarlijks worden er verschillende evenementen in en rond het centrum van Helmond georganiseerd. Dit zijn grote en kleine evenementen en ook het soort evenement wisselt. Er zijn in beperkte mate recente cijfers beschikbaar over het oordeel van de Helmonders over evenementen in specifiek het centrum van Helmond. Vandaar dat dit onderdeel in dit hoofdstuk ontbreekt. In het onderzoek in de regio zijn er wel enkele vragen over evenementen opgenomen.

Op twee evenementen wordt specifiek wat betreft bezoekersaantallen ingegaan. Dit kan omdat er meetpunten op de locatie van het evenement hangen.

8.1 Bezoek evenementen in centrum

De meeste Helmonders bezoeken de evenementen in het centrum. Ruim vier op de vijf (83%) bezoekt tenminste één evenement in Helmond per jaar. Vanuit de regio ligt het aandeel van de bewoners dat tenminste één evenement in Helmond bezoekt op 38%.



Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

8.1.1 Waarom niet naar evenementen in centrum Helmond?

61% van de inwoners in de regio heeft de gewoonte om elders heen te gaan of geen interesse in een evenement (in Helmond). Zo'n 30% van de inwoners uit de regio geven aan dat zij niet weten wat er is.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

8.1.2 Waar gaat men naar evenementen buiten eigen gemeente?

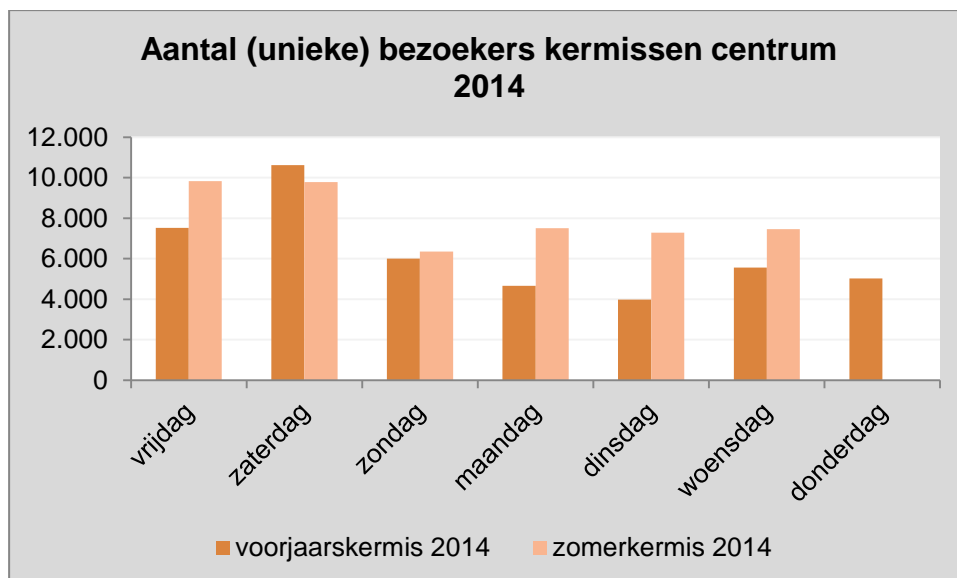
De gemeente waar men het meest aan denkt als men buiten de eigen woongemeente naar een evenement wil gaan, is Eindhoven. Ruim de helft (54%) van de inwoners uit de aan Helmond grenzende gemeenten, denkt bij evenementen aan Eindhoven. Dit geldt naar verhouding iets vaker voor de mensen die het afgelopen jaar naar het centrum van Helmond zijn geweest, als voor de mensen die niet naar het centrum van Helmond zijn geweest.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

8.2 Kermis

Het centrum van Helmond kent een voorjaars- en een zomerkermis. Vanaf 2014 is de kermis in de maand juli een dag korter dan die in het voorjaar. Daarnaast is de kermis in het voorjaar van 2014 kleiner dan de zomerkermis en ook kleiner dan in de jaren ervoor, er staan minder attracties. Met uitzondering van de zaterdag zien we op alle dagen van de kermis meer publiek tijdens de zomerkermis. Naast het feit dat er dan meer attracties zijn kan dit ook komen door de aangenaamere temperaturen. Tijdens de voorjaarskermis schommelde de temperatuur tussen de 10 en 22 graden. Tijdens de zomerkermis was dit tussen de 18 en 26 graden.

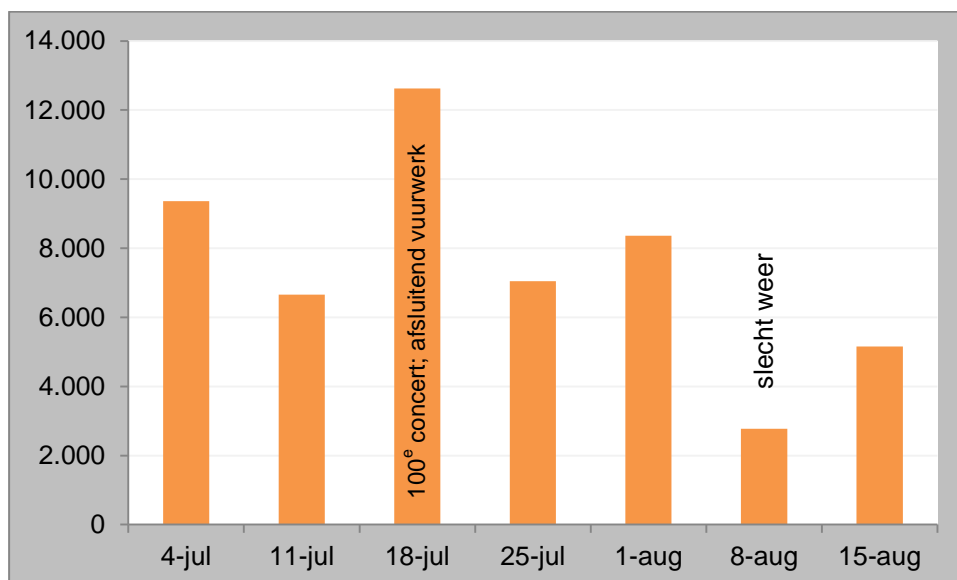


Bron: CityTraffic

8.3 Kasteeltuinconcerten

Ieder jaar in de zomer vindt er op zeven vrijdagavonden een reeks van concerten plaats in de tuin van het Kasteel, de Kasteeltuinconcerten. In 2014 werd het concert op 18 juli het drukst bezocht. Dit was ook het 100^e Kasteeltuinconcert en werd afgesloten met vuurwerk (normaal alleen op de laatste dag). 8 augustus is een heel stuk minder goed bezocht. Spelbreker was het weer. Het heeft toen flink geregend. Ook op de laatste vrijdagavond zien we een stuk minder bezoekers dan bij de eerste vijf. Waarschijnlijk ook weer dankzij het tegenvallende weer.

Aantal (niet-unieke) bezoekers Kasteeltuinconcerten 2014 (tussen 20.00 en 23.59 uur)



Bron: CityTraffic

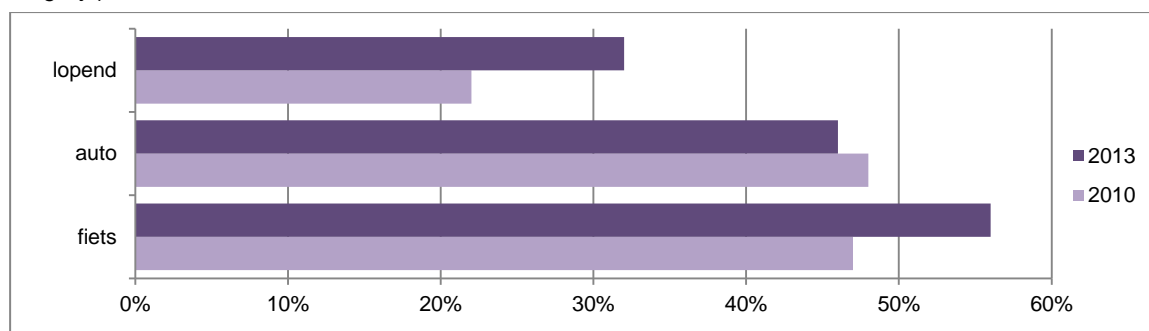
9 Bereikbaarheid van het centrum en parkeren

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de bereikbaarheid van het Helmondse centrum en parkeren in het bijzonder. Allereerst gaan we in op de vraag hoe inwoners van Helmond naar het centrum komen en hoe zij de parkeermogelijkheden voor auto en fiets waarderen. Over het effect van het parkeerbeleid en dan in het bijzonder parkeertarieven op het bezoek aan een (winkel)centrum wordt veel gespeculeerd. Daar gaan we kort op in. Vervolgens wordt inzicht gegeven in het gebruik van het betaald parkeren en het oordeel van de bezoekers. Deze cijfers geven op een andere wijze inzicht in de ontwikkelingen van de hoeveelheid mensen die in het centrum komen en in de duur dat mensen in het centrum verblijven.

9.1 Hoe komen Helmonders naar het centrum?

De fiets wordt het vaakst gebruikt door de inwoners van Helmond om in het centrum te komen. De aanleg van de (gratis) bewaakte fietsenstallingen zal hier zeker aan bijgedragen hebben. Ook het aandeel mensen dat te voet naar het centrum komt neemt de afgelopen jaren toe. Het gebruik van de auto is ondanks een toename van het aantal mensen dat aangeeft met fiets en/of lopend te komen niet afgenomen. Kennelijk varieert men meer.

Welk vervoersmiddel gebruikt men vaak/altijd bij een bezoek aan het Centrum (meerdere antwoorden mogelijk)



Bron: inwonerenquêtes, O&S

9.2 Oordeel over het parkeren in het centrum

Twee derde van de mensen is (zeer) tevreden over de parkeermogelijkheden van de auto in het Helmondse centrum. Dit ligt hoger dan in 2009. De waardering voor de parkeermogelijkheden van de fiets in het centrum blijven onverminderd hoog, 94% is (zeer) tevreden.

Oordeel parkeren in het centrum, mensen die (zeer) tevreden zijn

	2007	2008	2009	2011	2013
Waardering voor parkeermogelijkheden van auto in het centrum	48%	48%	53%	56%	66%
Waardering voor parkeermogelijkheden van fiets in het centrum	95%	93%	94%	82%	94%

Bron: inwonerenquêtes, O&S

9.3 Effect van parkeerbeleid niet eenduidig

Het parkeerbeleid voor betaald parkeren van auto's kan van invloed zijn op de keuze van mensen voor een bepaald winkelcentrum en/of de verblijfsduur in dat centrum. Over de mate waarin het parkeerbeleid een bepalende factor is, lopen de meningen nogal uiteen.

Er zijn twee organisaties die onderzoeksgegevens verspreiden over het onderwerp 'parkeren', zoals gegevens over prijs, locatie, breedte van de parkeerplaatsen, effect op komst naar winkelcentrum of op verblijfsduur in winkelcentrum:

- Vexpan is de organisatie van parkeerbedrijven; zij geven onderzoeken aan waaruit blijkt dat de hoogte van de tarieven niet of nauwelijks van invloed is op keuze van winkelcentrum, verblijfsduur in winkelcentrum of bestedingen in winkelcentrum.
- Het Platform Detailhandel is de organisatie van winkeliers; zij geven onderzoeken uit waaruit blijkt dat de hoogte van de tarieven een belangrijke factor is op de keuze van winkelcentrum, verblijfsduur en bestedingen.

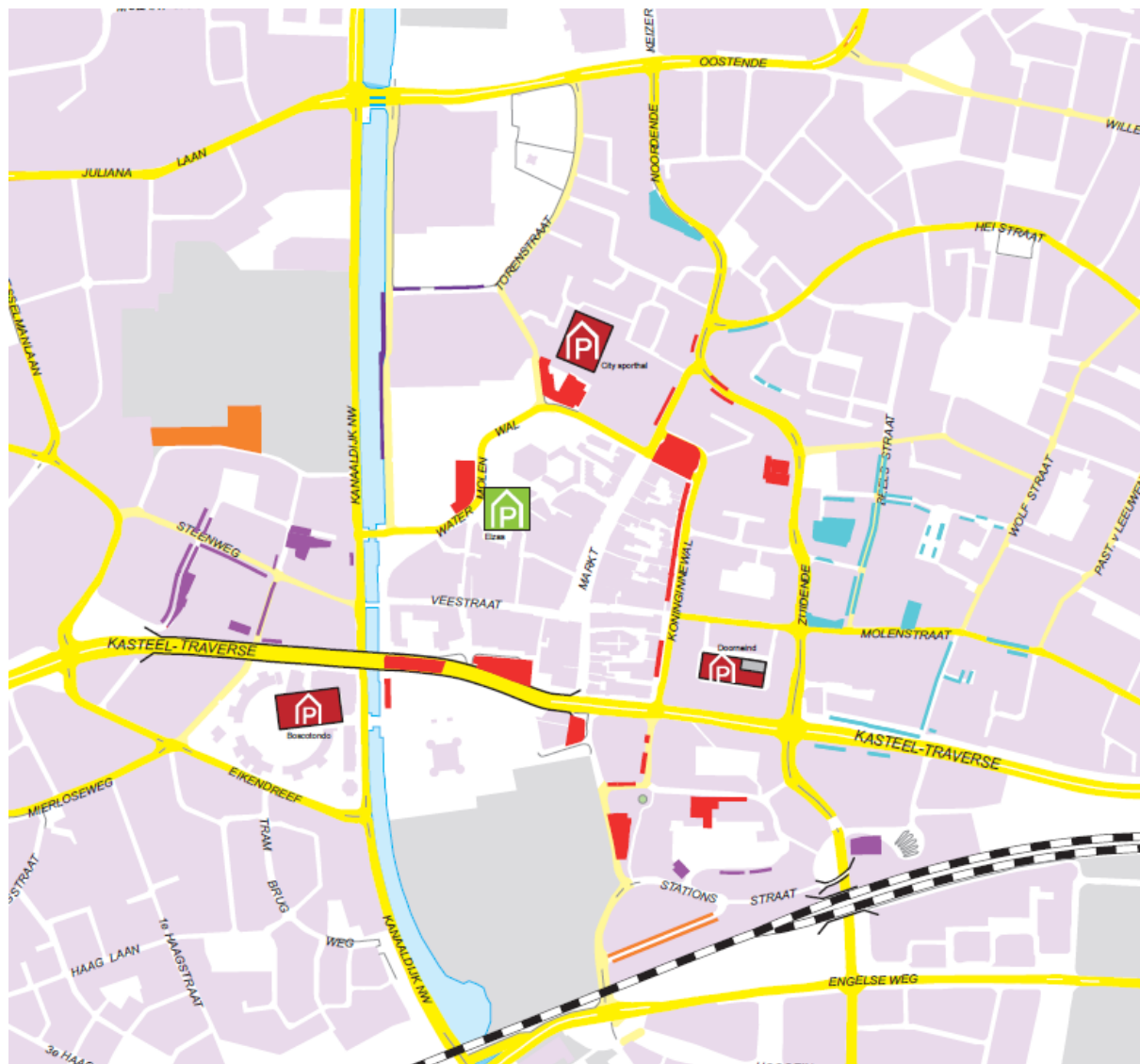
Winkelcentra verschillen van elkaar wat betreft grootte, diversiteit in het aanbod, mate waarin het een centrumfunctie vervult, etc. Daarom is een 'algemeen' onderzoekresultaat niet onverkort van toepassing op het winkelcentrum in het centrum van Helmond.

Specifieke kenmerken van een winkelcentrum zullen een belangrijke rol spelen in de mate waarin het beleid rond betaald parkeren meer of minder belangrijk is bij de keuze voor een bepaald winkelcentrum en de verblijfsduur. Hierbij speelt ook een rol in welke mate het winkelcentrum bereikbaar is met andere vervoersmiddelen dan de auto, in combinatie met bijvoorbeeld het beleid betreffende de fietsenstallingen.

Het blijft daarom van belang om ook in het 'eigen' winkelcentrum een vinger aan de pols te houden hoe de effecten van beleid zijn.

9.4 Beschikbare parkeerplaatsen (auto's)

Het aantal plekken waar men met de auto betaald kan parkeren in de Helmondse binnenstad omvat ruim 2.000 parkeerplekken. Zij zijn beschikbaar bij de gemeentelijke parkeergarages (Doorneind 475, Boscotondo 273, City 175; samen ruim 900), in de Elzasparkeergarage (bijna 200) en bij de parkeerautomaten op straat (bijna 1.100).

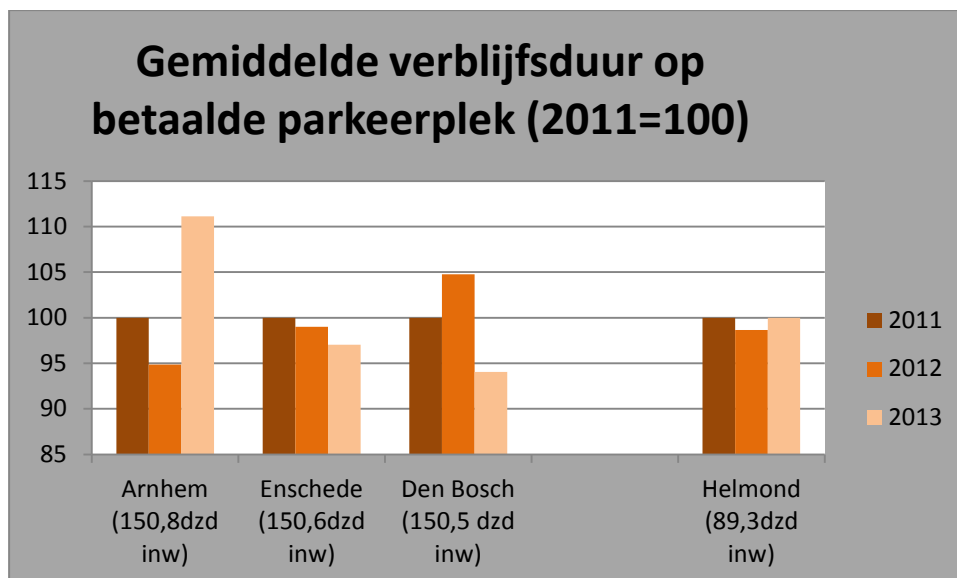
Betaald parkeren in en rond het centrum van Helmond (concept-plaatje*)

Bron: Kaart bij Uitvoeringsbesluit 12 november 2014, aangevuld met niet-gemeentelijke parkeergelegenheden.

9.5 Verblifsduur op betaalde parkeerplaatsen (auto's)

In de Helmondse binnenstad (inclusief aansluitende ring) staat een auto gemiddeld vijf kwartier op een betaalde parkeerplek. In de parkeergarage staat de auto gemiddeld iets langer (1,5 uur) dan op straat (1 uur).

In de gemiddelde parkeerduur is de afgelopen jaren geen verandering opgetreden. Dit is geen vanzelfsprekendheid: er zijn ook gemeenten waar de gemiddelde parkeerduur de afgelopen jaren juist is afgenomen. In Arnhem is de verblijfsduur eerst met 5%-punt gedaald maar inmiddels weer toegenomen. In Enschede is sprake van gestage, zij het geringe, daling van de gemiddelde parkeertijd. In den Bosch nam de gemiddelde parkeertijd toe, maar is inmiddels weer afgenomen tot 6%-punt onder de tijd in 2011. In Helmond is over de jaren een stabiele gemiddelde verblijfsduur.



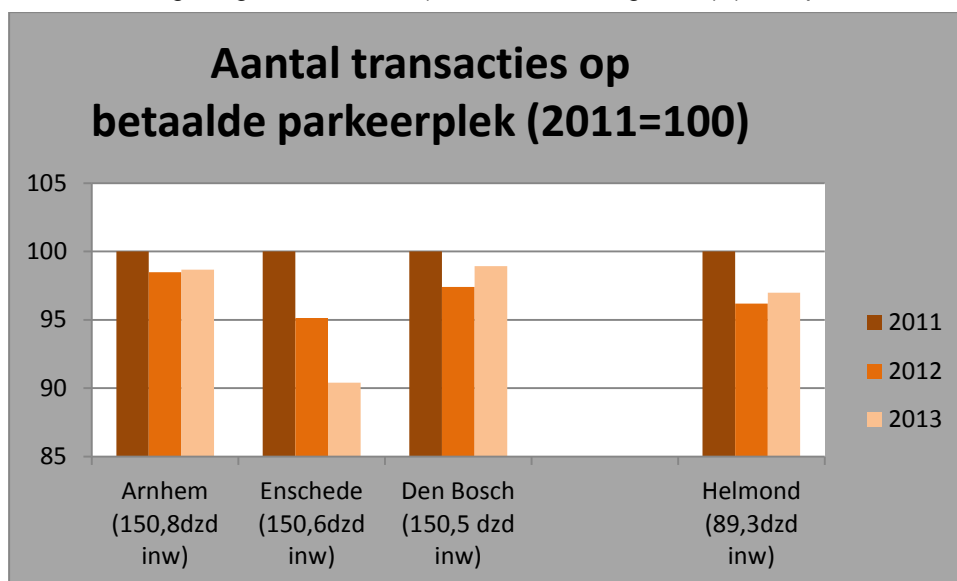
* verblijfsduur in minuten; Helmond voor zover onder gemeentelijk beheer (Bron: Vexpan; bewerking Onderzoek en Statistiek)

9.6 Transacties betaalde parkeerplaatsen (auto's)

In de periode 2011 – 2013 is het totaal aantal parkeertransacties op de betaalde parkeerplaatsen (voor zover data beschikbaar) afgenomen. Onder voorbehoud dat er geen verandering is opgetreden in het aandeel parkeergebruik in de Elzasparkeergarage, betekent dit dat er minder mensen met de auto naar de parkeerplekken in en rond het centrum zijn gekomen. Ten opzichte van 2011 gaat het om een afname met 3%-punt.

Ook in andere gemeenten zien we een afname in het aantal keren dat gebruik is gemaakt van de betaalde parkeerplekken. Een en ander hangt mede samen met gemeentelijk beleid. In Enschede is het aantal transacties de afgelopen jaren gestaag afgenomen tot inmiddels 9%-punt onder het niveau van 2011; deze gemeente heeft een actief beleid om de binnenstad autoluw te maken en dat heeft uiteraard weerslag op het gebruik van de parkeerplekken. In Helmond kan men gewoon met de auto het centrum in, er is echter wel een actieve promotie om meer met de fiets naar het centrum te gaan.

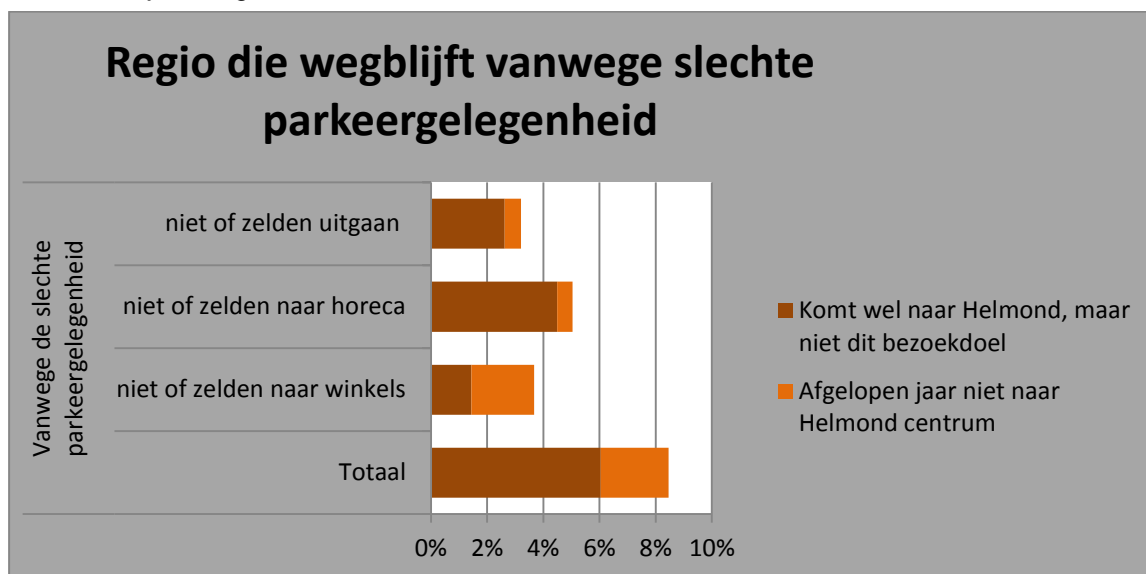
Bij het gebruik van de betaalde parkeerplaatsen gebeurt 85% van de transacties door Helmonders en 15% door mensen van buiten Helmond. In de overgrote meerderheid bestaat die 15% uit mensen uit de directe omgeving van Helmond (dus niet bovenregionaal) (bron: parkeerbeheer).



* Helmond voor zover onder gemeentelijk beheer (Bron: Vexpan; bewerking Onderzoek en Statistiek)

9.7 Bezoekers over betaalde parkeerplaatsen (auto's)

Voor een beperkt deel van de bezoekers, 8 van de bewoners uit de aangrenzende gemeenten is de gelegenheid tot parkeren de reden om Helmond te vermijden bij het winkelen, bij het gebruiken van horeca of bij het uitgaan.

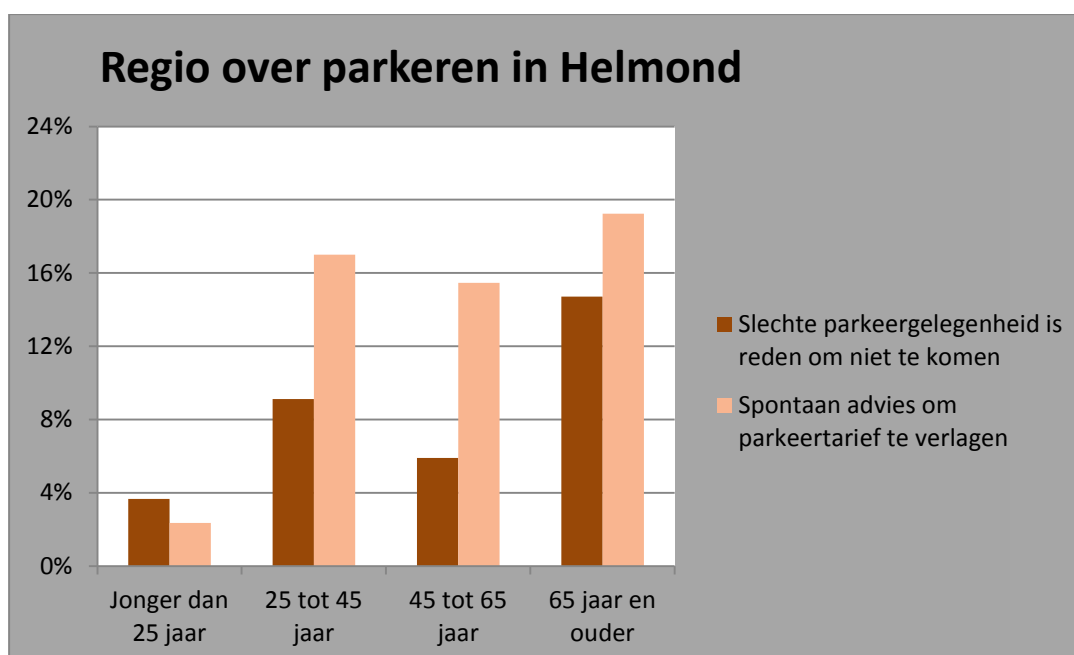


Bron: Internetpanels: Helmond, 2012; Omliggende gemeenten, 2014

De negatieve mening over de parkeergelegenheid zoals die in de bevolkingsenquête tot uiting komt bij de 'niet-bezoekers', speelt met name bij de 65+ bewoner een rol (15%). Een mogelijke verklaring kan liggen in de bewegwijzering naar parkeergarages of bekendheid met de parkeerplekken (niet iedereen heeft een app op zijn mobiel), of het ongemak bij het parkeren (te smalle plekken om daarna nog gemakkelijk in en uit de auto te komen).

Ook onder degenen die als laatste tip aan Helmond, spontaan de hoogte van de parkeertarieven benoemen, blijkt een vijfde van de 65-plussers de tarieven te hoog te vinden.

Daarnaast is er specifiek de aanbeveling om parkeren voor invalidenplaatsen gratis te maken en om de locatie van de parkeerplaatsen beter te bewegwijzeren.



Bron: Internetpanel: Omliggende gemeenten, 2014

Helmonders zelf waren (2012) vaker negatief over de parkeergelegenheid: 14% van de Helmonders geeft slechte bereikbaarheid / parkeergelegenheid als reden om geen gebruik te maken van de horeca in het centrum.

10 Veiligheid

In Helmond wordt al ruim 20 jaar veel gedaan om de sfeer, veiligheid en leefbaarheid in het uitgaansgebied te waarborgen en waar mogelijk te verhogen. Er zijn diverse overlegvormen en samenwerkingsverbanden met verschillende partners (horeca, gemeente, politie, beveiliging) waarbij aspecten van (veilig) uitgaan in Helmond worden besproken. Allereerst gaan we in op de algemene veiligheidsbeleving in het centrum, vervolgens op incidenten die plaatsvinden rondom winkels en winkelend publiek. Tot slot wordt ingegaan op overlast- en veiligheidsincidenten tijdens het uitgaan.

10.1 Veiligheidsbeleving in het centrum van Helmond

Inwoners van Helmond geven de veiligheid in het Helmondse centrum met een 6,9 een voldoende. Dit cijfer is tussen 2011 en 2013 niet veranderd. Ook de veiligheidsbeleving uitgedrukt met het aandeel inwoners dat zich vaak onveilig voelt in het centrum varieert weinig van jaar op jaar en ligt op een vergelijkbaar niveau als in andere steden met meer dan 70.000 inwoners.

Veiligheidsbeleving

	2011	2012	2013	2014
Rapportcijfer van inwoners Helmond voor veiligheid in het Centrum	6,9		6,9	
% Voelt zich vaak onveilig in het centrum in de eigen woonplaats Helmond**		3%	5%	3%
% Voelt zich vaak onveilig in het centrum in de eigen woonplaats steden > 70.000 inw.**		4%	4%	3%
% Voelt zich vaak onveilig rondom uitgaansgelegenheden Helmond**		6%	4%	2%
% Voelt zich vaak onveilig rondom uitgaansgelegenheden Helmond steden > 70.000 inw.**		5%	5%	4%

Bron: *Inwonersenquêtes en **landelijke veiligheidsmonitor

10.2 Incidenten in het winkelgebied

In 2013 werden in het centrum van Helmond 156 winkeldiefstallen geregistreerd. Dit zijn er meer dan in twee jaren daarvoor. Het aantal incidenten van zakken- en/of tassenrollerij is ten opzichte van de twee jaren ervoor juist gedaald.

Incidenten centrum Helmond*

	2011	2012	2013
winkeldiefstal	138	134	156
zakkenrollerij/tassenrollerij	136	137	97
diefstal/inbraak winkel	12	3	15
diefstal/inbraak kantoor	24	15	16
straatroof	8	8	12

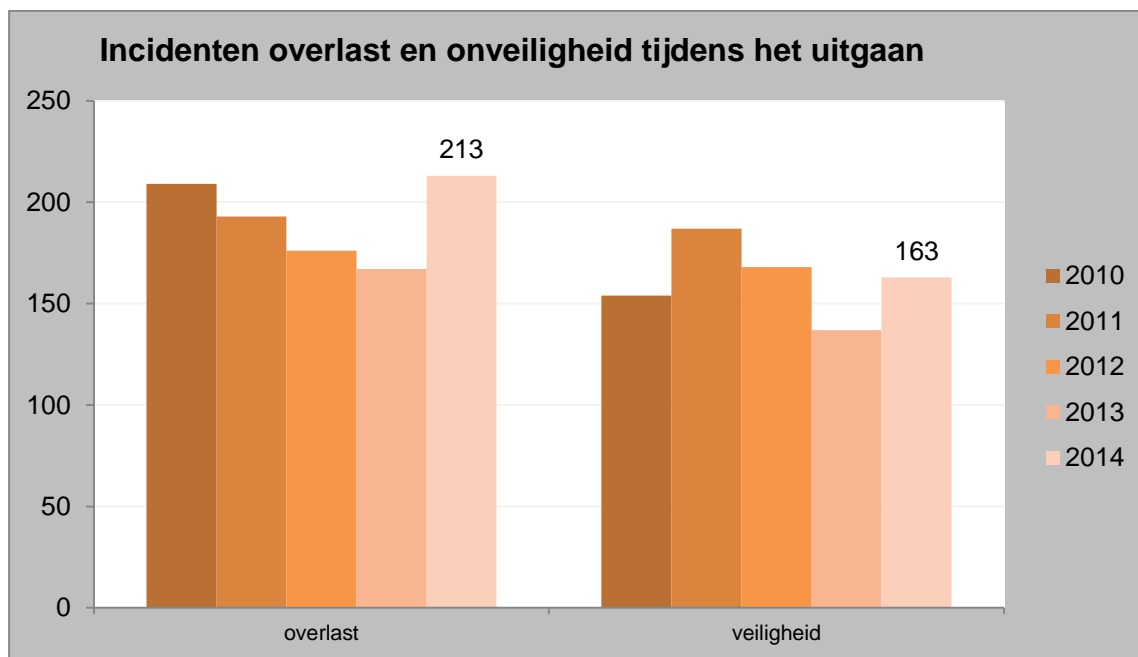
Bron: Politie Brabant Zuidoost

*Om administratieve redenen is het gebied rondom de Steenweg buiten de cijfers gelaten.

10.3 Veiligheid en overlast tijdens het uitgaan

In 2014 werden er tijdens de uitgaansuren in het centrum van Helmond door de politie 213 aan overlast gerelateerde incidenten geregistreerd. (Zie bijlage C voor een overzicht van de categorieën die hier onder vallen). Het grootste deel van deze incidenten betreft geluidsoverlast, het vernielen van auto's, gebouwen etc., vandalisme en diefstal van (brom-)fietsen en bekeuringen voor wildplassen en openbaar dronkenschap. Als het gaat om veiligheid hebben er in 2014 163 geregistreerde incidenten plaatsgevonden. Vooral eenvoudige mishandeling en belediging of bedreiging komen vaak voor.

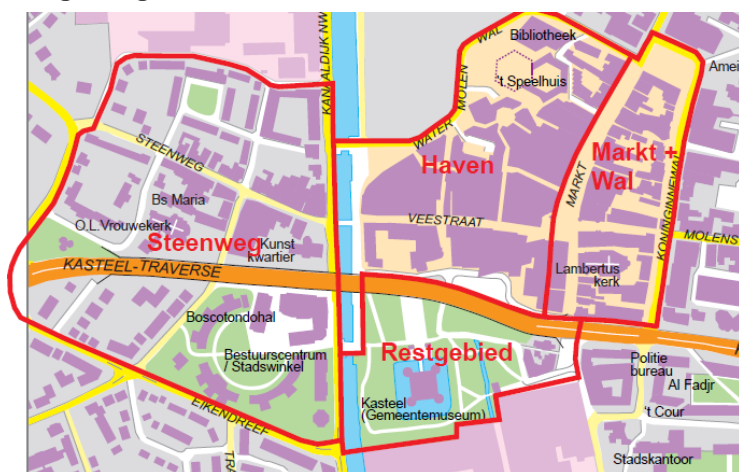
Na een aantal jaren van daling is in 2014 het aantal bij de politie geregistreerde voorvallen op het gebied van overlast en veiligheid gestegen.



Bron: Politie Zuidoost-Brabant

Van het totale uitgaansgebied (zie kaartje hieronder) vinden de meeste incidenten plaats en worden de meeste bekeuringen uitgeschreven in het Havengebied en rond de Steenweg. Dit is niet zo verwonderlijk aangezien hier ook de meeste uitgaansgelegenheden te vinden zijn.

Uitgaansgebied centrum Helmond



11 Tips uit de regio

Mogelijk nieuwe invalshoeken om de komst naar het centrum van Helmond te bevorderen, zijn te vinden onder de tips die bewoners uit de regio hebben kunnen geven (*bron: internetpanel omliggende gemeenten 2014*).

Bereikbaarheid

- Bereikbaarheid met het openbaar vervoer / bus
 - qua tijdstip: in het bijzonder 's avonds;
 - qua tijdsduur: snellere busverbinding gewenst
- Bereikbaarheid met het openbaar vervoer / trein
 - Afstand station – centrum (verleng het centrum tot aan het station);
- Bereikbaarheid bij afsluitingen van wegen
 - Met het opbreken en aanpassen van wegen, bruggen, viaducten is het soms moeilijk de weg te vinden in Helmond, zelfs op de fiets
- Bereikbaarheid voor mindervaliden
 - Parkeerplaatsen voor mindervaliden beter aangeven
 - Parkeerplaatsen voor mindervaliden gratis maken
 - Meer parkeerplaatsen voor minder validen dichtbij het centrum
 - Raar en onduidelijkheid: half tarief voor mindervaliden
 - Rolstoeltoegankelijk: gladde straatgedeeltes in plaats van kasseien
- Bereikbaarheid voor fietsers
 - Goed verlicht en veilig fietspad naar Helmond
 - Parkeerplaats voor fietsen beter aanduiden
- Bereikbaarheid voor auto's
 - Parkeerplaatsen beter aanduiden
 - Parkeerplaatsen goedkopen maken (of: gratis; of: blauwe zone voor 3 uur)

Adverteren en communiceren

- Betrek het kasteel bij het centrum
- Betrek museumactiviteiten bij de p.r.
- Helmond is de afgelopen decennia sterk veranderd, communiceer dat
- Er hoeft niet echt iets te veranderen, maar er mag wel meer reclame worden gemaakt. Helmond is uitgegroeid tot een leuke (winkel-) centrum maar dat is niet bij iedereen bekend
- Breng de evenementen etc. onder de aandacht via advertenties in ED
- Meer bekendheid geven in de weekbladen/huis aan huis bladen
- Doe meer aan public relations in de omliggende gemeenten
- Straal uit: In Helmond is altijd wat te doen
- Combinatie-aanbod van horeca met uitgaan
- Bekendheid geven aan het (veranderde) winkelassortiment
- Meer duidelijke informatie over wat er wanneer te doen is

Winkelaanbod

- Kleine winkeltjes om te neuzen of specialistische zaken, maken het aantrekkelijk om naar Helmond te komen (niet: meer van hetzelfde, dat heb ik in mijn eigen woonplaats ook)
- Veestraat gezelliger maken, kraampjes op straat
- Markt verplaatsen; locatie is doordeweeks een groot gat en op zaterdag kom je er niet door
- 's Avonds kun je in het centrum nergens wat te eten kopen, nog geen frietje
- Speelhuisplein actief bij het centrum betrekken

Evenementen/combinatiebeleid

- Vriendelijker en vrolijker personeel in de winkels en in de horeca
- Themadagen maken
- Combinatie-aanbod van horeca met uitgaan

Sfeer, aankleding

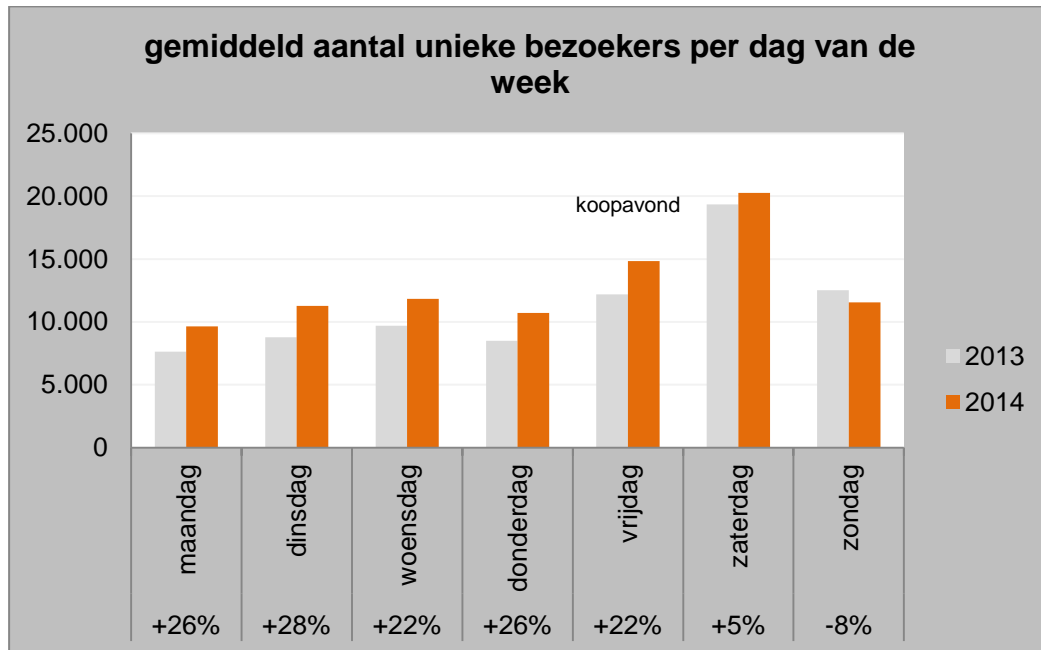
- Maak het gezellig met voldoende terrasplaatsen
- Maak het gezellig met straatmuzikanten (niet dat straatorgel)
- Meer beplanting, mooie bomen met verlichting
- Meer overdekt winkelen
- Leukere en meer horeca tijdens het winkelen
- Vriendelijker en vrolijker personeel in de winkels en in de horeca
- Betere kwaliteit restaurants
- Horeca-aanbod op de markt aanpassen

Overig

- Hondenverbod opheffen
- Meer verlichting
- Imago veiligheid, minder agressieve/criminele jongeren
- Het algemene imago van Helmond moet bij sommige nog verbeteren

Bijlagen

Bijlage A



Bijlage B

Ontwikkeling aantal (in gebruik zijnde) verkooppunten detailhandel centrum

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2004-2015
verkooppunten	230	224	220	.	220	223	218	214	207	204	207	198	-32
% verschil t.o.v. jaar ervoor		-3%	-2%	.	0%	+1%	-2%	-2%	-3%	-1%	+1%	+1%	-14%

Bron: Locatus

Ontwikkeling (in gebruik) winkelverkoopvloeroppervlak detailhandel centrum

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2004-2015
wvo (m ²)	42.361	36.239	37.102	.	37.670	39.809	38.614	37.383	35.242	36.197	38.479	37.230	-5.131
% verschil t.o.v. jaar ervoor		-14%	+2%	.	+2%	+6%	-9%	-3%	-6%	+3%	+6%	-3%	-12%

Bron: Locatus

Bijlage C

Overlastincidenten (-bekeuringen)	vernietiging auto's, gebouwen, overige objecten en vandalisme / diefstal (brom-)fiets / melding overlast jeugd / overlast i.v.m. alcohol/drugs / overlast door verward/overspannen persoon/ geluidshinder horeca/geluidshinder evenement/geluidshinder overig / wildplassen (bekeuring) / openbaar dronkenschap (bekeuring) / niet voldoen aan bevel om te vertrekken (bekeuring) / orde verstoren in horecabedrijf (bekeuring)
Veiligheidsincidenten	Eenvoudige mishandeling, belediging of bedreiging, zware mishandeling, ruzie/twist zonder gevolgen / zakkenrollerij/tassenrollerij / wederspanning (verzet) / openlijke geweldpleging tegen personen of goederen / vechtpartij zonder gevolgen / overige mishandeling / zakkenrollerij/tassenrollerij gevolgd door geweld / discriminatie / assistenties overig / bezit hard drugs (lijst 1) / bezit soft drugs (lijst 2) / aantreffen drugs (geen verdachte) / handel e.d. hard drugs (lijst 1) / overige drugsdelicten / overige delicten openbare orde

Bijlage D

