



Hamme

**STRATEGISCH COMMERCIEEL PLAN**

**GEMEENTE HAMME**



## Inhoud

1	Inleiding .....	2
2	Geografische situering en bereikbaarheid .....	3
2.1	Ligging.....	3
2.2	Situering binnen ruimere omgeving.....	3
2.3	Vergelijkbare gemeenten .....	4
3	Analyse van de bevolking .....	4
3.1	Inwonersaantallen en bevolkingsdichtheid.....	4
3.2	Leeftijd van de inwoners .....	6
3.3	Huishoudens.....	8
4	Oppervlakte .....	8
5	Inkomen.....	10
6	Ondernemingen in Hamme .....	11
6.1	Overzicht van btw-plichtige natuurlijke personen en ondernemingen .....	11
6.2	Nettogroeiratio.....	11
7	Analyse van de vraag.....	12
7.1	Hoe gaan de eigen inwoners winkelen?.....	12
7.2	Uit welke andere gemeenten komt men inkopen doen? .....	16
7.3	Belangrijke aspecten bij keuze van aankoopplaats.....	17
8	Analyse van het aanbod .....	22
8.1	Waar kunnen we winkelen in Hamme? .....	22
8.2	Afbakening kernwinkelgebied .....	23
8.3	Hoe zit het met het winkelaanbod? .....	25
9	SWOT-analyse.....	30
10	Doelstellingen.....	31
11	Acties .....	33

# 1 Inleiding

Het belang en de aandacht voor detailhandel is de laatste jaren enorm toegenomen. Door allerlei nieuwe ontwikkelingen op het gebied van technologie, ecologie, mobiliteit,... staat de winkelier onder druk. Om het voortbestaan van deze belangrijke economische tak te waarborgen is het noodzakelijk om deze uitdagingen in kaart te brengen en waar nodig antwoorden te formuleren. In eerste instantie is het aan de handelaars zelf om deze belangrijke uitdagingen aan te gaan, toch kan een gemeentebestuur hier ook een belangrijke rol in spelen. Het zijn namelijk de steden en gemeenten zelf die een grote invloed hebben op de aantrekkingskracht van hun handelskern. Het formuleren van een kernversterkend winkelbeleid is dan ook een bepalende factor in dit alles.

Tot deze analyse kwam ook de Vlaamse Regering. Getuige hiervan is de startnota Winkelen in Vlaanderen (2010) en de daaropvolgende nota Winkelen in Vlaanderen 2.0 (2012). Deze nota's geven aan welke beleidsmaatregelen de Vlaamse Regering wil nemen om het kernversterkend detailhandelsbeleid van lokale besturen te ondersteunen. Het opstellen van een visie omtrent detailhandel is dan ook een *conditio sine qua non* in dit ganse verhaal. Zonder een duidelijke visie kan er immers niet over gegaan worden op strategische doelstellingen en concrete acties. Het Strategisch Commercieel Plan van Hamme werd geïnspireerd door de leidraad Strategisch Commercieel Plan<sup>1</sup> van het Agentschap Ondernemen. Deze leidraad werd opgesteld om het voor elke gemeente mogelijk te maken een visie te ontwikkelen op detailhandel.

In het eerste deel volgt een analyse van alle belangrijke aspecten rond detailhandel. Deze objectieve gegevens werden bekomen aan de hand van data afkomstig van de studiedienst van de Vlaamse Regering<sup>2</sup>, het citymarketingplan van de gemeente Hamme<sup>3</sup> (2009) en de EROV-studie rond detailhandel in Oost-Vlaanderen<sup>4</sup> (2013). Zo schetsen we eerst de belangrijkste demografische en socio-economische aspecten van Hamme. Daarna bekijken we de aanbodzijde van detailhandel. Dit is wat we als gemeente kunnen aanbieden aan detailhandel, zoals onder andere het aantal winkels, het soort winkels, de geografische spreiding van de winkels,... Het bestuderen hiervan zorgt voor een interessante momentopname. Tevens werd ook gekeken naar de consument of met andere woorden de vraagzijde. Wie komt winkelen in Hamme, hoe geraakt men bij de winkels,...

Op basis van al deze gegevens werd een SWOT-analyse opgesteld die op zijn beurt aanleiding heeft tot het opstellen van enkele algemene doelstellingen. Deze doelstellingen geven aan welke richting het gemeentebestuur wil uitgaan de komende jaren voor wat betreft detailhandel en geven op hun beurt aanleiding tot enkele praktische acties.

---

<sup>1</sup> Het strategisch commercieel plan, een leidraad voor lokale besturen; Agentschap Ondernemen; juli 2012

<sup>2</sup> [www.lokalestatistiek.be](http://www.lokalestatistiek.be)

<sup>3</sup> Zie citymarketingplan Hamme (Nelson Inspires)

<sup>4</sup> [www.erov.be](http://www.erov.be)

## **2 Geografische situering en bereikbaarheid**

### **2.1 Ligging**

De gemeente Hamme ligt in het oosten van de provincie Oost-Vlaanderen, in de driehoek Antwerpen – Gent – Brussel. Hamme behoort tot het arrondissement Dendermonde en grenst in het oosten aan de provincie Antwerpen.

Hamme heeft een totale oppervlakte van 40,21 vierkante kilometer. Het huidige Hamme onstond in 1977 na de grote golf van gemeentefusies. Hamme – met een eerder industrieel karakter – en Moerzeke – met een eerder landelijk karakter – werden toendertijd bij elkaar gevoegd en vormen nu de deelgemeenten van Hamme. In Hamme-centrum liggen naast de eigenlijke dorpskern nog de dorpen Sint-Anna en Zogge. In Moerzeke bevindt zich het dorp Kastel.

Hamme wordt omgeven door de gemeenten Waasmunster, Temse, Bornem, Sint-Amands, Buggenhout, Dendermonde en Zele.

### **2.2 Situering binnen ruimere omgeving**

Hamme ligt op een boogscheut van de grens met Nederland. Dankzij de N41 en diens aansluiting op de E17 zijn zowel Gent als Antwerpen makkelijk bereikbaar. Antwerpen kan vanuit Hamme bereikt worden via de N17 en de A12. Brussel ligt binnen handbereik door de nabijheid van de N47. Door Hamme loopt 9,5 kilometer rijksweg of provincieweg en 168 kilometer gemeenteweg. Goed voor een totaal van 177,5 kilometer.

In Hamme zelf is geen treinstation aanwezig. Het dichtstbijzijnde station bevindt zich in Dendermonde, dat op ongeveer 10 kilometer van Hamme ligt. Dankzij de bussen van De Lijn is het station in Dendermonde echter makkelijk bereikbaar. Er bestaat ook de mogelijkheid om gebruik te maken van de belbus in Hamme. Dit aanbod van openbaar vervoer maakt van Hamme een goede uitvalsbasis voor de driehoek Gent – Brussel – Antwerpen.

In Hamme vloeien de Schelde en de Durme, een zijrivier van de Schelde, samen. Een analyse van Hamme centrum leert dat de gemeente niet geconfronteerd wordt met een parkeerprobleem in de zin van een echt gebrek aan capaciteit. Buiten de betaal- en blauwe zone in het centrum van Hamme gelden geen parkeerbeperkingen. Het parkeerbeleid laat zich kenmerken door differentiatie in de parkeercapaciteit, met name lang- versus kortparkeren.

Voor lang parkeren (langer dan 120 minuten) worden de parkings aan de randen van het centrum voorbehouden. Middellang parkeren (60 – 120 minuten in de blauwe zone) is voorzien voor de onmiddellijke omgeving van de winkelstraten, voor zover andere verkeersdeelnemers niet in gevaar gebracht worden. Om de bewoners niet nadelig te beïnvloeden in deze blauwe zone, kunnen zij daar residentieel parkeren. Kortparkeren (maximaal 60 minuten) is voorzien voor de directe omgeving van de handelsactiviteiten.

## 2.3 Vergelijkbare gemeenten

Om een duidelijk en correct beeld te krijgen van de gegevens proberen we zoveel mogelijk te vergelijken met andere gemeenten. In eerste instantie doen we dit met gemeenten die, net als Hamme, in de cluster V7 (“Sterk verstedelijkte gemeenten met lage inkomens”) van de BELFIUS-indeling zitten. In deze cluster zitten 21 gemeenten van diverse grootte, maar die de bijzondere eigenschap hebben dat ze een veeleer achtergesteld ‘sociaaleconomisch’ niveau (laagste inkomens uit de Vlaamse regio) combineren met een vrij grote verstedelijking. Deze gemeenten vertonen doorgaans een positieve maar niet zo uitgesproken centrumfunctie en economische activiteit. Het gaat meestal om gemeenten die in de agglomeratie van grote steden liggen of zelfs om gemeenten die in een tussenzone een conurbatie (aaneenschakeling van agglomeratiegemeenten) vormen<sup>5</sup>. Voor Oost-Vlaanderen zijn dit de gemeenten Hamme, Ronse, Zelzate, Lokeren, Evergem, Zele en Temse.

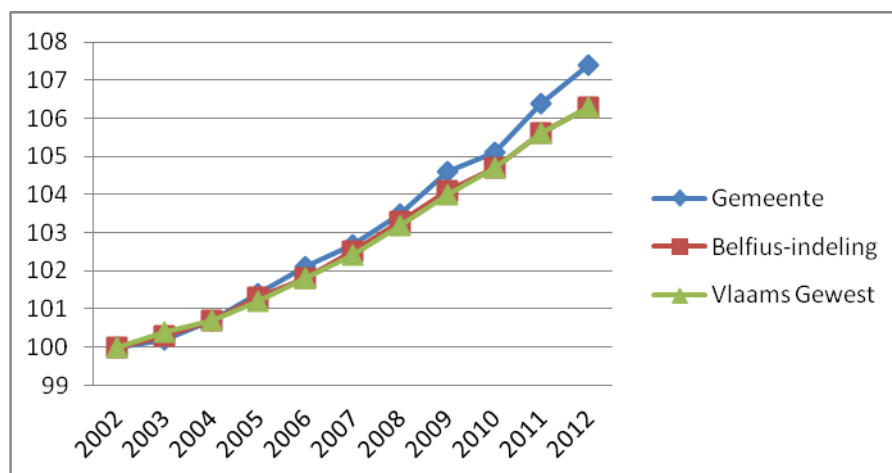
Daarnaast maken we waar mogelijk en nodig de vergelijking met steden en gemeenten uit de ruime regio zoals o.a. Sint-Niklaas, Dendermonde,...

## 3 Analyse van de bevolking

### 3.1 Inwonersaantallen en bevolkingsdichtheid

De gemeente Hamme telde op 1 januari 2012 24.436 inwoners. Wanneer we dit vergelijken met 2002 zien we een stijging van 7,4%. Het inwonersaantal in Hamme is het laatste decennium procentueel iets meer gestegen dan andere gemeenten in de BELFIUS-indeling en het Vlaams Gewest. Het is voornamelijk sinds 2009 dat Hamme een sterkere groei kent qua inwonersaantallen.

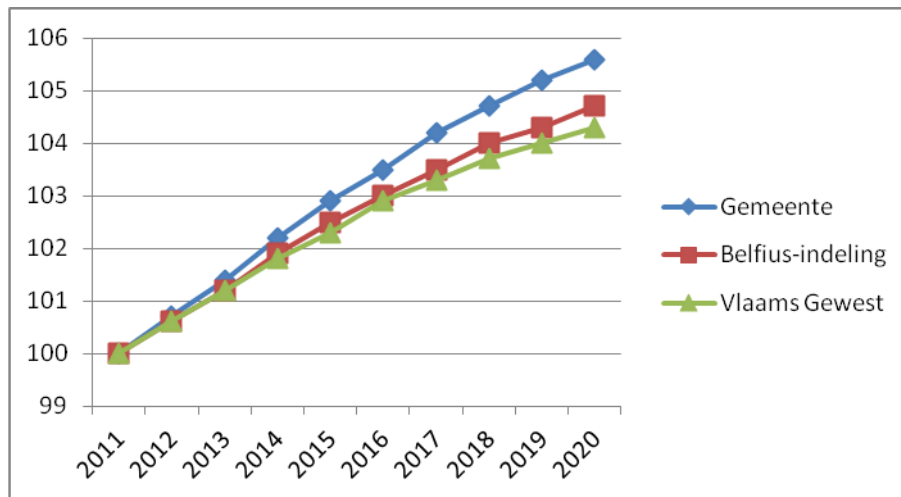
Figuur 1 Evolutie totale bevolking (2002=100)



<sup>5</sup>[https://www.belfius.be/nocms/doccenter/NL\\_Resultats\\_Vla.pdf?document.referer=https%3A%2F%2Fwww%2Ebelfius%2Ebe%2Fwww%2Edexia%2Ebe%2Fnl%2Fsmallsites%2Fresearch%2Fpublicfinance%2Ftypo](https://www.belfius.be/nocms/doccenter/NL_Resultats_Vla.pdf?document.referer=https%3A%2F%2Fwww%2Ebelfius%2Ebe%2Fwww%2Edexia%2Ebe%2Fnl%2Fsmallsites%2Fresearch%2Fpublicfinance%2Ftypo)

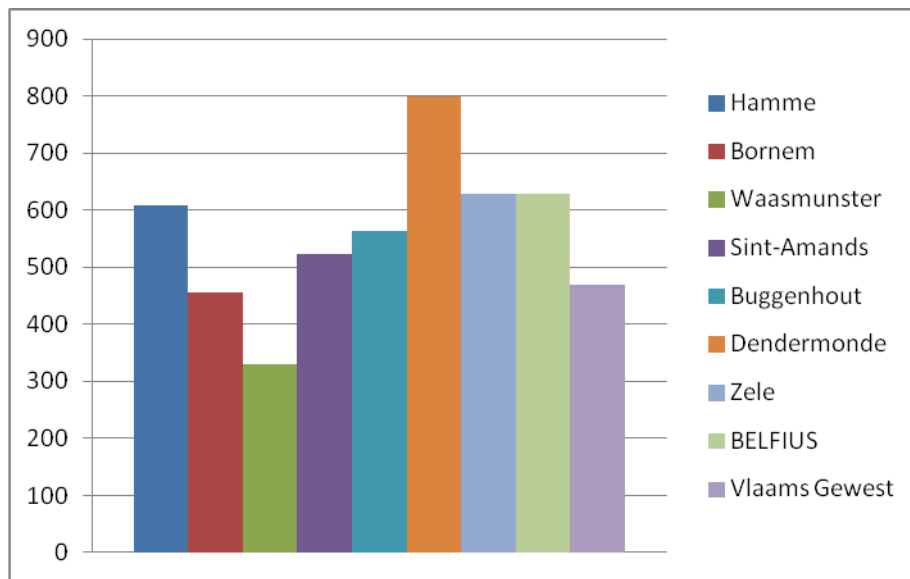
Uiteraard is het ook nuttig om na te gaan wat de bevolkingsprojecties zijn. Dit is de prognose die aangenomen kan worden met betrekking tot het aantal inwoners voor het komende decennium. Daarbij zien we dat Hamme tegen 2017 de grens van 25.000 inwoners zal overschrijden. Tegen 2020 zal dit stijgen tot 25.427 inwoners ofwel een stijging van 5,6% in vergelijking met 2011. In nominale cijfers is dit een stijging van 1.535 inwoners. Ook hierbij zien we dat Hamme procentueel meer zal stijgen dan de gemiddelde gemeente in Vlaanderen en de BELFIUS-indeling.

**Figuur 2 Bevolkingsprojecties (2011=100)**



De bevolkingsdichtheid (totale bevolking/totale oppervlakte) in Hamme bedraagt 608m<sup>2</sup>. We vergelijken dit cijfer met de omliggende gemeenten. Hier zien we dat enkel Dendermonde (799m<sup>2</sup>) en Zele (628m<sup>2</sup>) een hogere bevolkingsdichtheid hebben. Ook het gemiddelde in de BELFIUS-cluster (628m<sup>2</sup>) ligt hoger. Opmerkelijk is wel dat Hamme een hoger aantal inwoners heeft (buiten Dendermonde) en een grotere oppervlakte (buiten Dendermonde en Bornem) dan de omliggende gemeenten. Deze grote oppervlakte en hoger aantal inwoners tonen de (mogelijke) aantrekkingskracht van de gemeente in de streek.

**Figuur 3 Bevolkingsdichtheid**



### 3.2 Leeftijd van de inwoners

We kunnen het totale aantal inwoners ook bekijken per leeftijdscategorie. Hiervoor hebben we drie categorieën gemaakt: 0-19 jarigen, 20-64 jarigen en 65+'ers. Wanneer we de cijfers van 2002 vergelijken met deze van 2012 zien we een duidelijke stijging (cfr. vorige punt). Wanneer we de stijging per leeftijdscategorie bekijken zien we dat voornamelijk de categorie 65+ een immense stijging heeft gekend, namelijk 14,3%. Dit kan te wijten zijn aan de toenemende trend van vergrijzing. Ook de grijze druk (bevolking 65+ ten opzichte van de bevolking 20-64 jaar oud) blijft toenemen. Ondanks deze stijging blijft het aantal jongeren (nominaal) wel nog steeds hoger dan het aantal 65+'ers. Ook de groene druk (bevolking 0-19 jaar ten opzichte van de bevolking 20-64 jaar oud) kende het voorbije decennium een constante.

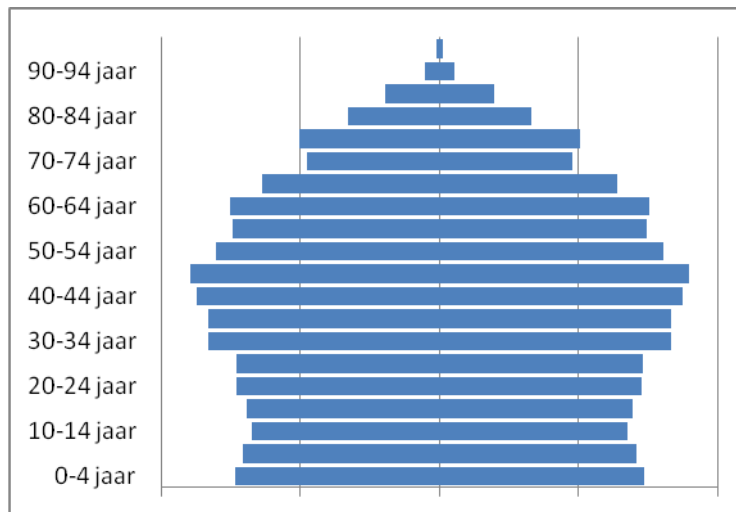
**Tabel 1 Overzicht van het aantal inwoners opgedeeld in categorieën (2002-2012)**

		Hamme										
		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>0-19 jaar</b>		5.264	5.242	5.207	5.263	5.314	5.347	5.382	5.452	5.471	5.562	5.628
	<i>Groei (2002=100)</i>	100,0	99,6	98,9	100,0	100,9	101,6	102,2	103,6	103,9	105,7	106,9
<b>20-64 jaar</b>		13.614	13.635	13.730	13.784	13.865	13.990	14.135	14.221	14.242	14.359	14.385
	<i>Groei (2002=100)</i>	100,0	100,2	100,9	101,2	101,8	102,8	103,8	104,5	104,6	105,5	105,7
<b>65+</b>		3.871	3.923	3.973	4.012	4.053	4.031	4.030	4.125	4.187	4.273	4.423
	<i>Groei (2002=100)</i>	100,0	101,3	102,6	103,6	104,7	104,1	104,1	106,6	108,2	110,4	114,3

De opkomende vergrijzing kunnen we ook afleiden uit onderstaande leeftijds piramide.

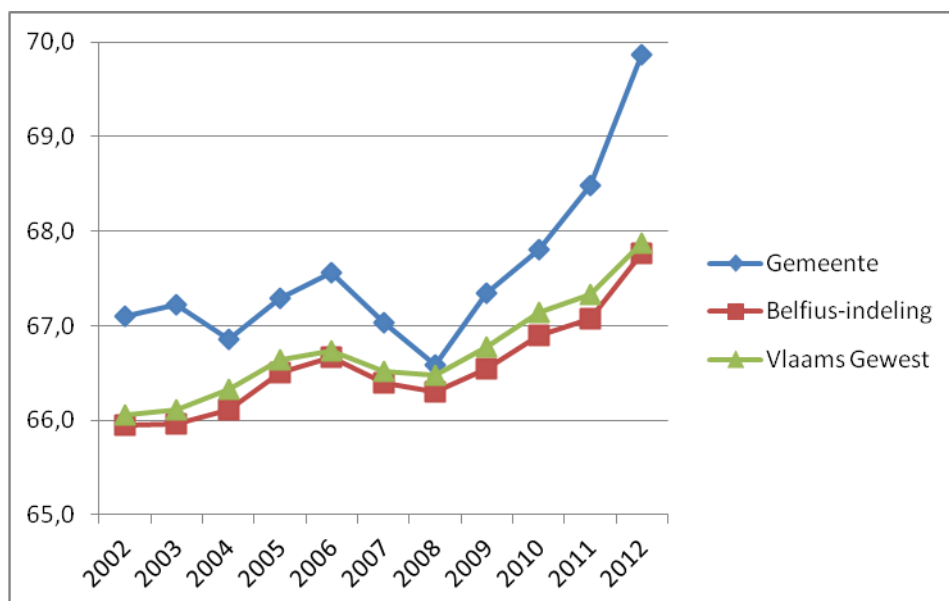


**Figuur 4 Leeftijdspiramide Hamme**



Als laatste bekijken we het afhankelijkheidsratio. Dit heeft de verhouding weer tussen de bevolking buiten beroepsactieve leeftijd en de bevolking op beroepsactieve leeftijd. Hoe hoger de ratio hoe afhankelijker de buiten beroepsactieve inwoners zijn van de beroepsactieve. Wanneer we dit over een periode van 10 jaar bekijken zien we een stijging van 2,77%. Het ratio ligt tevens hoger in Hamme dan in vergelijking met de BELFIUS-cluster en het Vlaams Gewest. Ook de stijging ligt hoger dan in vergelijking met deze gemeenten. We kunnen dus zeggen dat in Hamme een trend ontstaat waarbij het aantal inwoners buiten de beroepsactieve leeftijd meer stijgt ten opzichte van het aantal inwoners binnen de beroepsactieve leeftijd.

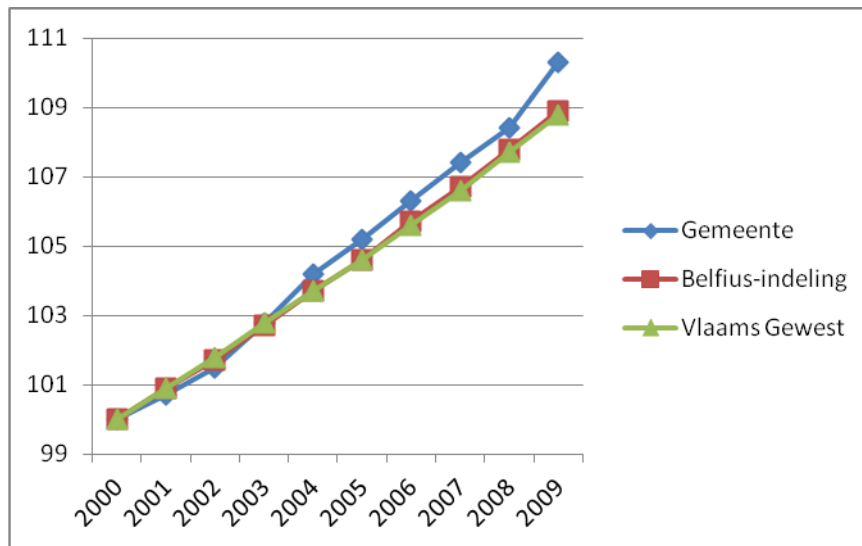
**Figuur 5 Afhankelijkheidsratio (bevolking 0-19 jaar en 65+ ten opzichte van de bevolking 20-64 jaar)**



### 3.3 Huishoudens

Huishoudens vormen vaak de eenheid van consumptie of de eenheid van belasting. In die zin is het aantal huishoudens binnen de gemeente een zeer relevant gegeven voor het beleid. In 2009 waren er 9.737 huishoudens in Hamme. Een stijging met 10,3% in vergelijking met 2000. Deze stijging is hoger dan bij de BELFIUS-indeling en het Vlaams Gewest.

Figuur 6 Evolutie huishoudens

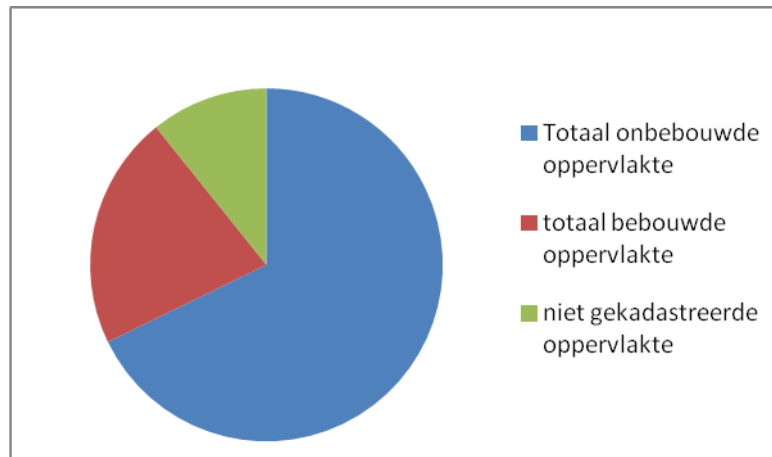


Ook hier kunnen we kijken hoe de projecties zijn voor de komende jaren. Zo zien we dat tegen 2020 er 10.562 huishoudens zullen zijn in de gemeente, ofwel een stijging van 8,3% in vergelijking met 2010. Deze prognose is quasi gelijk aan de BELFIUS-indeling en het Vlaams Gewest.

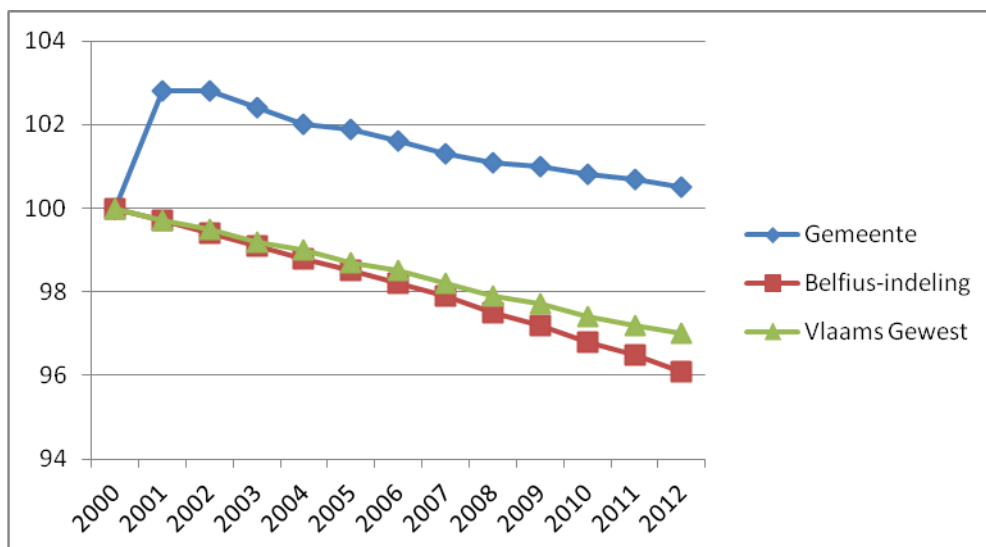
### 4 Oppervlakte

Zoals reeds gezegd is de totale oppervlakte van Hamme 4.021 ha. Op basis van kadastragegevens zien we dat 2.727 ha hiervan onbebouwde oppervlakte is, 861 ha bebouwde oppervlakte en 433 ha niet gekadastreerde oppervlakte. Als we de evolutie bekijken van de (on)bebouwde percelen zien we weinig verschil in vergelijking met 2000. Het aantal onbebouwde percelen is zelfs licht gestegen en het aantal bebouwde licht gedaald. Dit zijn twee trends die niet overeenkomen met de trend in de BELFIUS-cluster.

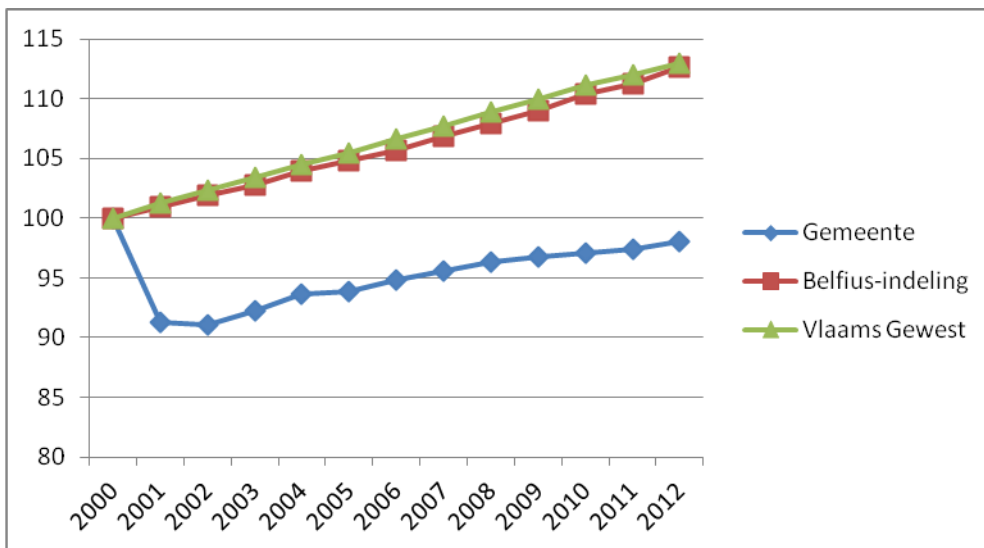
**Figuur 7 Totale oppervlakte Hamme**



**Figuur 8 Evolutie onbebouwde percelen**



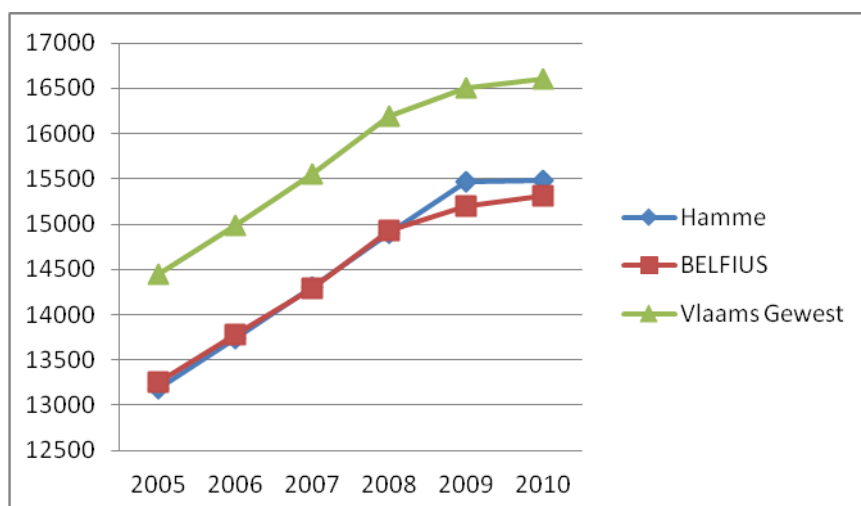
**Figuur 9 Evolutie bebouwde percelen**



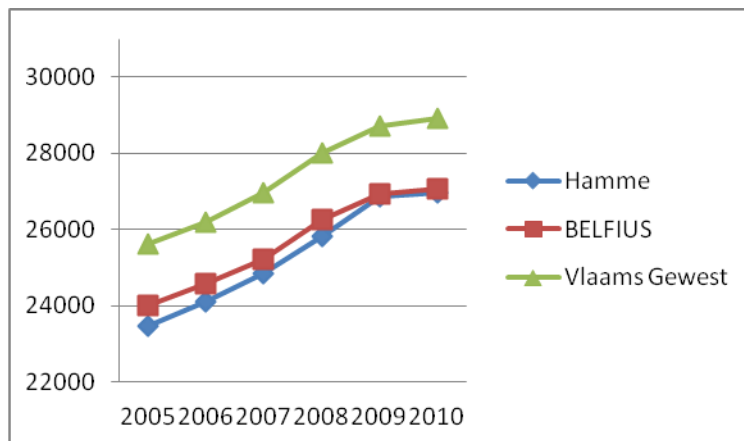
## 5 Inkomen

Het gemiddeld inkomen was in 2010 15.484 euro per inwoner. Dit is quasi gelijk met het gemiddelde uit de BELFIUS-cluster, wat op zich niet kan verbazen aangezien het hier gaat om gemeenten met lage inkomens. Het gemiddelde inkomen in het Vlaams Gewest ligt dan weer beduidend hoger (16.599 euro per inwoner). Een zelfde vergelijking zien we bij het gemiddeld inkomen per aangifte. In 2010 bedroeg dit voor Hamme 26.974 euro.

**Figuur 10 Gemiddeld inkomen per inwoner (in €)**



Figuur 11 Gemiddeld inkomen per aangifte



## 6 Ondernemingen in Hamme

### 6.1 Overzicht van btw-plichtige natuurlijke personen en ondernemingen

Een eenduidig cijfer geven over het aantal handelaars actief in de detailhandel is moeilijk. Wel hebben we exacte cijfers over het aantal btw-plichtigen. Deze geven dus een algemeen beeld van het ondernemerslandschap in Hamme. We kunnen een onderscheid tussen de btw-plichtige natuurlijke personen (= zelfstandigen) en de rechtspersonen (= handelsondernemingen). We kunnen wel aannemen dat deze eerste categorie oververtegenwoordigd is in de detailhandel.

In 2011 waren er 741 btw-plichtige natuurlijke personen ingeschreven op het grondgebied van Hamme. In vergelijking met 2000 is dit een daling van 2,5%. Deze daling ligt iets hoger dan het gemiddelde in de BELFIUS-cluster (1,7%). Daarnaast waren er 814 btw-plichtige rechtspersonen. Hier zien we een hoge stijging van 64,1% in Hamme. Dit ligt tevens hoger dan de stijging in de BELFIUS-cluster (60,1%).

### 6.2 Nettogroeiratio

Via het overzicht van het aantal ondernemingen kunnen we ook de nettogroeiratio bepalen. Dit is het aantal opgerichte ondernemingen min het aantal verdwenen ondernemingen gedeeld door het aantal actieve ondernemingen en dit vermeerderd met 100. Voor Hamme komen we zo aan een nettogroeiratio van 3. Een verdubbeling in vergelijking met 2000. Zowel voor de BELFIUS-cluster (2,4) als het Vlaams Gewest (2,3) ligt dit lager.

## 7 Analyse van de vraag

We maken een onderscheid tussen de vraag- en aanbodzijde van detailhandel in Hamme. Een analyse van de vraag is essentieel om inzicht te krijgen in de wensen en gedragingen van de klant. Wat houdt de klant/eigen inwoners in Hamme? Voor welke goederen gaat hij in andere gemeenten winkelen? Wat trekt consumenten van buitenaf aan en wie zijn zij? Hoeveel geeft de klant uit? Wat is zijn mening over zaken die het shoppen beïnvloeden zoals parkeerplaatsen, openbare ruimte, bereikbaarheid van de winkels, variatie met andere functies zoals horeca, enz.

Om deze vraag beter in kaart te brengen gebruiken we drie categorieën van winkels, namelijk zij die convenience goods (= dagelijkse goederen), shopping goods (= periodieke goederen) en specialty goods (= uitzonderlijke goederen) aanbieden.

Convenience goods: goederen die in hoge frequentie worden aangekocht. Voorbeelden zijn groenten, fruit, vlees, brood, enz.

Shopping goods: goederen die met een zekere regelmaat worden aangekocht. Hierbij gaat de aankoper actief uitkijken naar gewenste kwaliteit, prijzen,... Voorbeelden zijn kledij, schoenen, boeken, kleinere huishoudartikelen,...

Specialty goods: niet-alledaagse aankopen met invloed op budget. Hiervoor wordt veel tijd uitgetrokken. Voorbeelden zijn meubels, huishoudapparaten, juwelen,...

### 7.1 Hoe gaan de eigen inwoners winkelen?

We bekijken de cijfers van een marktonderzoek dat peilde naar het koopgedrag van de eigen inwoners. Hierbij maken we een onderscheid tussen koopbinding (= kopen in Hamme) en koopvlucht (= kopen buiten Hamme).

#### Convenience goods:

Voor wat betreft de aankoop van algemene voeding & dranken en verswaren kopen de meeste inwoners, met respectievelijk 82,8% en 88,8%, in de eigen gemeente. De algemene koopbinding (85,3%) is dan ook vrij hoog. Daarnaast is Dendermonde een geliefkoosde plek voor wat betreft convenience goods. Voornamelijk voor algemene voeding en dranken (11,6%) en in mindere mate verswaren (5,4%) doen de eigen inwoners hun inkopen in Dendermonde.

	Algemene voeding & dranken	Verswaren	Totaal
Hamme (koopbinding)	82,8	88,8	85,3
Totale koopvlucht	16,7	9,3	13,6
<i>Dendermonde</i>	11,6	5,4	9,0
<i>Waasland shopping</i>	0,4	0	0,3
<i>Overige Sint Niklaas</i>	0	0,8	0,3
<i>Gent</i>	0	0,8	0,3
<i>Andere</i>	4,6	2,3	3,7
e-commerce	0	0	0
Openbare markt	0	0,8	0,3
Nvt	0,5	1,1	0,8

### Shopping goods:

De cijfers voor shopping goods zijn iets uitgebreider en verschillend per categorie. Wanneer we het totaalbeeld bekijken zien we een koopbinding van 41,2% en een koopvlucht van 45,1%. Dit wil zeggen dat er meer inwoners buiten de gemeentegrenzen gaan om dergelijke goederen aan te kopen. Er is tevens een niet onbelangrijke groep "niet-van-toepassing" (12,5%). Dit zijn mensen die bepaalde (categorieën) van goederen recent niet hebben aangekocht. Ook e-commerce is opgenomen in het onderzoek en is goed voor een kleine 1,2% van de shopping aankopen. We bekijken de verschillende categorieën apart.

### *Kleding & schoeisel*

Slechts 26,3% van Hammenaren koopt dit in de eigen gemeente tegenover 41% in Waasland Shopping Center en 20% in Dendermonde. Dit is mogelijk te verklaren door het overaanbod in Waasland Shopping Center en Dendermonde.

### *Doe-het-zelfartikelen*

Bij deze artikelen zien we dan weer een omgekeerde beweging: 72,8% van de eigen inwoners koopt dit binnen Hamme tegenover een koopvlucht van slechts 12,2%. Een verklaring hiervoor kan de aanwezigheid van doe-het-zelfzaak Hubo zijn.

### *Benodigdheden voor plant & dier*

Ook dit doet het goed in de eigen gemeente met een koopbinding van 55,1%. Bij een koopvlucht zien we voornamelijk Dendermonde staan met 13,6%.

### *Huishoudartikelen*

We zien tevens een hoge binding voor huishoudartikelen (50,4%) tegenover een koopvlucht van 37,8%. Deze koopvlucht gaat voornamelijk naar Dendermonde.

### *Drogisterij & parfumerie*

Voor wat deze categorie betreft zien we gelijkaardige cijfers voor de koopbinding (43,4%) en de koopvlucht (43%).

### *Papierwaren, cd's & dvd's*

Wat betreft papierwaren, cd's & dvd's zien we een grotere koopvlucht (43,0%) dan koopbinding (34,3%). De koopvlucht gaat voornamelijk naar Waasland Shopping Center (24,3%). Ook opmerkelijk is het aandeel van e-commerce bij deze categorie (3,9%). Dit wil zeggen dat deze goederen vaak via het internet aangekocht worden.

### *Benodigdheden voor sport en spel*

De koopvlucht (42%) ligt hierbij veel hoger dan de koopbinding (14,5%). Waarbij Waasland Shopping Center (12,3%) en Dendermonde (10,3%) de cijfers gelijkmatig verdelen. Maar het grootste deel van de koopvlucht is 'andere' namelijk 15,2%. Dit wil zeggen dat bepaalde gemeenten/koopcentra die niet zijn opgenomen in de statistieken vaak bezocht worden voor deze benodigdheden. Ook de "nvt" is opmerkelijk: 41,9%.

	Kleding en schoeisel	Huishoudartikelen	DHZ-artikelen	Drogisterij- & parfumerie	Papierwaren, cd's en dvd's	Artikelen voor sport & spel	Benodigdheden voor plant & dier	Totaal shopping
<b>Hamme (koopbinding)</b>	<b>26,3</b>	<b>50,4</b>	<b>72,8</b>	<b>43,4</b>	<b>34,3</b>	<b>14,5</b>	<b>55,1</b>	<b>41,2</b>
<b>Totale koopvlucht</b>	<b>68,7</b>	<b>37,8</b>	<b>12,2</b>	<b>43,0</b>	<b>40,9</b>	<b>42,0</b>	<b>29,4</b>	<b>45,1</b>
Waasland Shopping	41	6,3	1,6	19,3	24,3	12,3	0,5	21,1
Dendermonde	20	22,5	2,6	13,0	9,2	10,3	13,6	14,6
Overige Dendermonde	2,4	1,8	0,8	2,6	2,3	1,8	3,1	2,1
Lokeren	1,9	0,8	0,8	0,8	1,0	0,8	4,4	1,5
Gent	0,6	1,6	0	1,6	0,8	1,6	1,6	0,9
Aalst	0,9	0	0	0	0,2	0	0	0,4
Zelee	0	0,8	0	0,8	0	0	1,6	0,3
Andere	1,9	3,9	6,5	4,9	3,1	15,2	4,7	4,3
<b>nvt</b>	<b>3,5</b>	<b>11,8</b>	<b>15</b>	<b>13,6</b>	<b>20,9</b>	<b>41,9</b>	<b>14,7</b>	<b>12,5</b>
<b>e-commerce</b>	<b>1,5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3,9</b>	<b>1,6</b>	<b>0,8</b>	<b>1,2</b>

### Specialty goods:

Voor wat betreft specialty goods zien we dan weer dat de koopvlucht (52,4%) veel hoger ligt dan de koopbinding (30,4%). Een slechte evolutie daar voornamelijk de kleinere handelaars dit aanbieden.

### *Fiets- & autoaccessoires*

Voor dit segment legt de koopbinding (51,1%) hoger dan de koopvlucht (32,8%). Waarbij de koopvlucht grotendeels naar Dendermonde (18,5%) gaat.



### *Juwelen en horloges*

De cijfers van koopbinding (36,6%) en koopvlucht (34,4%) liggen quasi gelijk. Hier gaat de koopvlucht grotendeels naar Waasland Shopping Center (16,8%).

### *Fotografische & optische artikelen*

Hier zien we een grotere koopvlucht (38,1%) ten opzichte van de koopbinding (27,8%).

Daartegenover staat dat ook de “nvt” redelijk hoog is (34,1%). Het is wederom het Waasland Shopping Center dat de beste cijfers voorlegt voor wat betreft koopvlucht(14,3%).

### *Elektrische en huishoudelijke apparaten*

Ook hier zien we een grotere koopvlucht (54,9%) dan koopbinding (40,7%). Opmerkelijk hierbij is dat Dendermonde het grootste cijfer voor zich neemt (28,1%) en dat Waasland Shopping Center daar ver onder zit (17,2%).

### *Artikelen inrichting woning*

Deze categorie zit er slecht voor in Hamme. Er is slechts een koopbinding van 17,1% tegenover een koopvlucht van 59,1%. Deze vlucht is te wijten aan 3 grote actoren: Dendermonde (12,8%), Sint-Niklaas (12,3%) en Waasland Shopping Center (10,3%).

	Elektr. & huish. Appar.	Art inrichting woning	Juwelen & horloges	Fotogr & optisch art	Fiets- & auto-acces	Totaal specialty
<b>Hamme (koopbinding)</b>	<b>40,7</b>	<b>17,1</b>	<b>36,6</b>	<b>27,8</b>	<b>51,1</b>	<b>30,4</b>
<b>Totale koopvlucht</b>	<b>54,9</b>	<b>59,1</b>	<b>34,4</b>	<b>38,1</b>	<b>32,8</b>	<b>52,4</b>
<i>Dendermonde</i>	28,1	12,8	7,3	9,5	18,5	18,2
<i>Waasland shopping</i>	17,2	10,3	16,8	14,3	0,8	12,1
<i>Overige Sint Niklaas</i>	1,6	12,3	1,6	2,4	3,6	6,6
<i>Gent</i>	0,8	6,4	0	0	0	3,1
<i>Lokeren</i>	1,6	2,3	0	0,8	0,8	1,7
<i>Temse</i>	0	0	0	1,6	2,0	0,3
<i>Zelee</i>	0	0	0,8	0	0,8	0,1
<i>Aalst</i>	0	0	0	0	0,8	0,1
<b>e-commerce</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1,6</b>	<b>0</b>	<b>1,6</b>	<b>0,2</b>
<b>Nvt</b>	<b>4,4</b>	<b>23,8</b>	<b>27,4</b>	<b>34,1</b>	<b>14,5</b>	<b>16,9</b>

## BESLUIT:

Voor wat betreft de aankopen van de eigen inwoners van Hamme:

- Enkel voor convenience is koopbinding groter dan de koopvlucht.
- De koopvlucht is groter dan de koopbinding bij shopping en specialty.
- De koopvlucht mbt specialty is opmerkelijk hoger dan de koopbinding. De vlucht gaat voornamelijk naar Dendermonde en Waasland Shopping Center.
- Waasland Shopping Center zorgt voor een belangrijk aandeel van de koopvlucht in (bepaalde onderdelen van) shopping en specialty. Zeker wat betreft de aankoop van kledij en schoenen zien we een grote koopvlucht.
- Dendermonde zorgt voor een belangrijk aandeel van de koopvlucht zowel in convenience, shopping als specialty.
- In de categorieën dhz-artikelen en benodigdheden voor plant en dier is de koopbinding opmerkelijk groter dan de koopvlucht. In mindere mate is dit ook het geval voor huishoudartikelen en fiets- en autoaccessoires.
- In de categorieën artikelen inrichting woning, kleding en schoeisel en artikelen voor sport en spel is de koopvlucht opmerkelijk groter dan de koopbinding.

## ***7.2 Uit welke andere gemeenten komt men inkopen doen?***

We bekijken ook kort hoe de koopvlucht naar Hamme vanuit de aanpalende gemeenten is. Op dit moment hebben we nog geen cijfers voor de gemeenten Bornem en Sint-Amands (provincie Antwerpen). Voor wat betreft Dendermonde is er geen enkel verloop.

### ***Waasmunster/Temse/Zelee***

#### Convenience

Voor wat betreft de inwoners van Waasmunster zegt 13,6% hun algemene voeding & dranken aan te kopen in Hamme. Daarnaast koopt ook 9,11% hun verswaren in Hamme. Iets minder hoge cijfers zien we voor Temse waarbij algemene voeding 9,8% is en verswaren 6,2%. De cijfers voor Zelee zijn verwaarloosbaar (totaal van 0,2%).

#### Shopping

In het algemeen komt 11,1% van de Waasmunsters hun shopping aankopen doen in Hamme. Het gaat hierbij voornamelijk om dhz-artikelen (29,4%), huishoudartikelen (15,7%), benodigdheden voor plant en dier (13,7%) en drogisterij & parfumerie (9,9%). Ook voor Temse zien we gelijkaardige cijfers: dhz-artikelen (14,4%) en benodigdheden voor plant en dier (7,7%). Ook voor Zelee zien we

gelijkaardige categorieën terugkomen doch met veel kleinere cijfers: 2,4% dhz-artikelen, 1,2% benodigdheden plant en dier en 1,2% drogisterij en parfumerie.

### Specialty

Hierbij zien we voornamelijk elektrische en huishoudelijke apparaten (13,8%) en fiets- & autoaccessoires (7,8%). Wat betreft Temse zien we enkel een lichte score voor fiets- & autoaccessoires (4,7%). Voor Zele zien we weer gelijklopende categorieën maar met veel lagere scores: 2,4% elektrische en huishoudelijke apparaten en 2,4% fiets- en autoaccessoires.

#### BESLUIT:

Voor wat betreft de aankopen van de eigen inwoners van buurtgemeenten:

- Geen bezoekers van Dendermonde
- Voornamelijk Waasmunster en in mindere mate Temse. Het aandeel van Zele is te verwaarlozen.
- In de categorieën waar de koopbinding voor Hamme groot is zien we tevens een grote aantrekkingskracht uit andere gemeenten: convenience, dhz-artikelen, huishoudartikelen en benodigdheden voor plant en dier.
- Voor wat betreft specialty zien we het belang van elektrische en huishoudelijke apparaten (Waasmunster en Zele) en fiets- en autoaccessoires.

### **7.3 Belangrijke aspecten bij keuze van aankoopplaats**

Om de vraagzijde volledig in kaart te brengen kijken we hoe de inwoners denken over bepaalde aspecten rond detailhandel. Volgende afkortingen worden gebruikt in onderstaande tabellen:

HB = Heel Belangrijk

TB = Tamelijk Belangrijk

W-NB = Weinig of Niet Belangrijk

ZG = Zeer Goed

G = Goed

M = Middelmattig

Z = Zwak

ZZ = Zeer zwak

Alle cijfers, die in de volgende tabellen worden vermeld, zijn percentages. Deze staan voor het percentage van respondenten die een bepaald keuze-aspect op een welbepaalde manier evalueert.

## Parkeren en verkeer

	HB	TB	W-NB
Gratis Parkeren	84,0	11,0	5,0
Voldoende parkeermogelijkheden	91,0	7,0	2,0
Verkeersveiligheid in winkelstraat	88,5	9,0	2,5

(belang van parkeren en verkeer in Hamme)

	ZG	G	M	Z	ZZ
Gratis parkeren	21,9	28,1	15,8	25,5	8,7
Voldoende parkeermogelijkheden	22,5	38,0	19,5	18,5	1,5
Verkeersveiligheid in winkelstraat	18,1	50,3	20,1	9,5	2,0

(waardering van parkeren en verkeer in Hamme)

We zien dat voldoende parkeermogelijkheden het meeste belangrijk is (91%). Maar ook verkeersveiligheid (88,5%) en gratis parkeren (84%) zijn belangrijke thema's. We kunnen zeggen dat dit zeker bepalende thema's zijn voor het detailhandelbeleid in Hamme. Wanneer we de gewenste situatie koppelen aan de waarderingen zien we dat 60,5% tevreden is over de parkeermogelijkheden (zeer goed – goed). Daartegenover staat dat 39,5% van mening is dat dit toch beter kan. De tevredenheid omtrent de verkeersveiligheid in de winkelstraat ligt iets hoger (68,4%) terwijl dit voor het gratis parkeren 'slechts' 50% bedraagt.

## Bereikbaarheid

	HB	TB	W-NB
Te voet of per fiets	72,5	16,5	11,0
Met auto	73,5	20,5	6,0
Met openbaar vervoer	32,0	21,5	46,5

(belang van bereikbaarheid)

	ZG	G	M	Z	ZZ
<b>Te voet of per fiets</b>	34,2	51,3	6,5	7,5	0,5
<b>Met auto</b>	30,2	50,8	11,6	6,0	1,5
<b>Met openbaar vervoer</b>	4,7	26,0	21,9	30,2	17,2

(waardering van bereikbaarheid)

De bereikbaarheid met auto (73,5%) en te voet/fiets (72,5%) is heel belangrijk. Opmerkelijk is dat dit voor het openbaar vervoer veel minder is, het is zelfs zo dat dit voor 46,5% weinig of niet belangrijk is. De cijfers voor auto en voet/fiets komen ook grotendeels terug bij de waardering, zo is respectievelijk 80% en 85,5% tevreden. Wie zien een grotere ontevredenheid omtrent de bereikbaarheid met het openbaar vervoer. Dit is des te opmerkelijker aangezien het belang hiervan ook minder is.

#### **Inrichting en aantrekkelijkheid van straten, pleinen en winkels**

	HB	TB	W-NB
<b>Mooie en aangename inrichting van centrumstraten en pleinen</b>	59,0	27,5	13,5
<b>Aantrekkelijke winkels, mooie etalages en productpresentatie</b>	60,0	33,5	6,5

(belang van Inrichting en aantrekkelijkheid van straten, pleinen en winkels)

	ZG	G	M	Z	ZZ
<b>Mooie en aangename inrichting van centrumstraten en pleinen</b>	12,1	35,7	26,6	19,6	6,0
<b>Aantrekkelijke winkels, mooie etalages en productpresentatie</b>	7,1	43,4	31,3	17,2	1,0

(waardering van Inrichting en aantrekkelijkheid van straten, pleinen en winkels)

Ongeveer 60% van de inwoners vinden inrichting en aantrekkelijkheid van straten, pleinen en winkels een heel belangrijke zaak. Het aantal dat tevreden is over dit aanbod in Hamme ligt lager, namelijk circa 50%. Dit toont aan dat er gemengde gevoelens zijn over de aantrekkelijkheid van het centrum.

## Winkelaanbod en winkelsoort

	HB	TB	W-NB
Ruim en divers winkelaanbod	59,5	32,0	8,5
Veel speciaalzaken	37,5	45,0	17,5
Veel ketenwinkels	40,5	33,0	26,5

(belang van winkelaanbod en winkelsoort)

	ZG	G	M	Z	ZZ
Ruim en divers winkelaanbod	13,5	40,0	24,5	14,5	7,5
Veel speciaalzaken	7,5	31,5	25,0	23,5	12,5
Veel ketenwinkels	21,5	33,5	14,0	21,0	10,0

(waardering van winkelaanbod en winkelsoort)

Een ruim en divers winkelaanbod is heel/ tamelijk belangrijk voor 91,5% van de inwoners. Een verscheidenheid aan winkels is dus nodig. De waardering toont aan dat er echter nog ruimte is om dit te verbeteren. Zo quoteren 53,5% van de inwoners dat het winkelaanbod (zeer) goed is. Dit wil zeggen dat volgens iets minder dan de helft het aanbod beter kan. Wanneer we kijken naar het belang van speciaalzaken zien we dat 82,5% dit heel/tamelijk belangrijk acht. Voor ketenwinkels ligt dit nog lager, namelijk 73,5%. De waardering leert ons hier dat er voornamelijk voor de speciaalzaken nog progressie mogelijk is. Zo beoordeelt 39% dit als (zeer) goed. Wat betreft de ketenwinkels zien we een hogere waardering (55%).

## Acties, reclames en horecavoorzieningen

	HB	TB	W-NB
Veel winkelacties, speciale markten en randactiviteiten	37	29,5	33,5
Veel informatie en reclame over winkelaanbod en winkelacties	34	35,5	30,5
Veel horecavoorzieningen	27,5	43	29,5

(belang van acties, reclames en horecavoorzieningen)

	ZG	G	M	Z	ZZ
Veel winkelacties, speciale markten en randactiviteiten	13,2	38,9	28,4	14,7	4,7
Veel informatie en reclame over winkelaanbod en winkelacties	28,8	41,4	18,2	10,6	1,0
Veel horecavoorzieningen	10,9	49,7	26,9	12,4	0,0

(waardering van acties, reclames en horecavoorzieningen)

Het aanbod van winkelacties, informatie en reclame en horecavoorzieningen speelt het minst mee in de keuze van de aankoopplaats voor inwoners van Hamme. Winkelacties worden gezien als iets belangrijker dan informatie en reclame (34%). Horecavoorzieningen komen op de laatste plaats. Informatie en reclame over het aanbod en winkelacties wordt door 70,2% geëvalueerd als (zeer) goed. 60,6% vindt het aanbod aan horecavoorzieningen (zeer) goed.

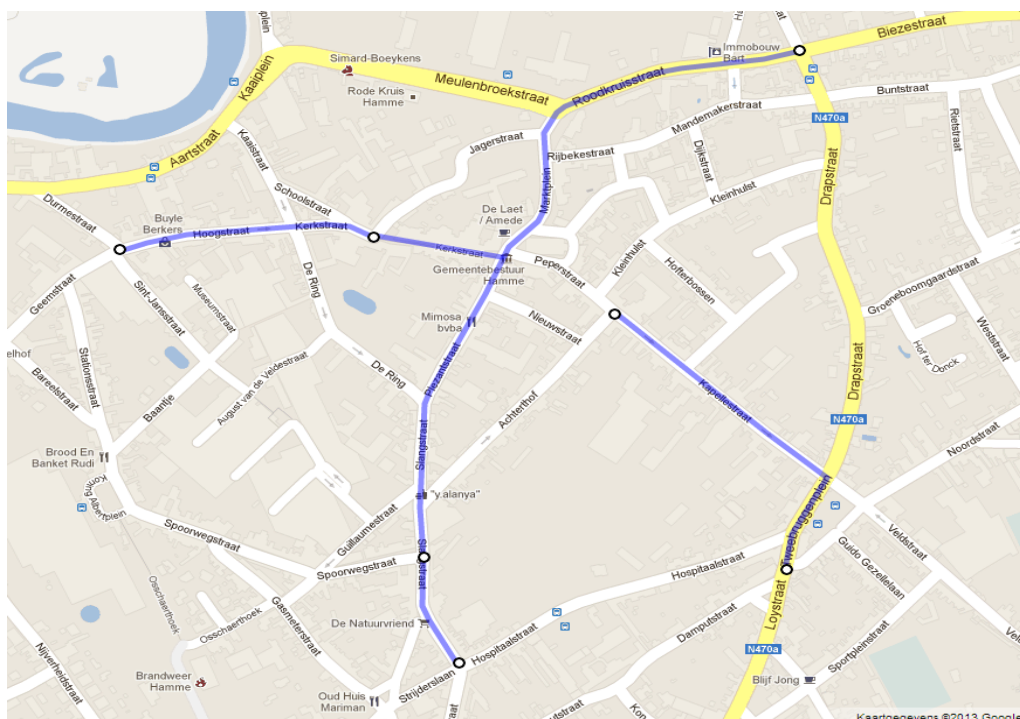
## 8 Analyse van het aanbod

### 8.1 Waar kunnen we winkelen in Hamme?

Het eerste wat we bekijken is op welke plaats/straten in de Hamme de meeste winkels voorkomen. Hiervoor maken we gebruik van de winkeldichtheid. Dit cijfer bekomen we door het aantal handelspanden te vergelijken met het aantal huisnummers in een bepaalde straat. Op basis van dit cijfer kunnen we de belangrijkste 'winkelstraten' in Hamme aanduiden.

#### Centrum:

- Kerkstraat (48,4%)
- Hoogstraat (25,8%)
- Tweebruggenplein (37,0%)
- Kapellenstraat (24,4%)
- Roodkruisstraat (28,9%)
- Marktpllein (23,4%)
- Plezantstraat (27,6%)
- Slangstraat (16,7%)



#### Moerzeke:

- Dorp (33,3%)
- Molenstraat (15,6%)

#### Zogge:

- Zogge (9,3%)



Wanneer we deze cijfers vergelijken met de BELFIUS-indeling in Oost-Vlaanderen zien we een zeer kleine winkeldichtheid in Hamme. Zo is het gemiddeld percentage in de 'drukste winkelstraat' (= straat met hoogste winkeldichtheid) in de cluster 70,6%. De tweede drukste 55,78% en de derde 45,53%. Ondanks het feit dat deze cijfers op zich niet veel zeggen (veel hangt immers af van de lokale context) kunnen we wel concluderen dat een 'echte' winkelstraat, waarbij het merendeel van de panden bestaat uit handelspanden, niet aanwezig is in Hamme. Het winkelaanbod zit echter verspreid over een groot aantal straten.

## ***8.2 Afbakening kernwinkelgebied***

Op basis van bovenstaande gegevens is het mogelijk om een kernwinkelgebied af te bakenen voor de gemeente Hamme. Een kernwinkelgebied of centraal winkelgebied is het belangrijkste winkelgebied in een gemeente, meestal in de kern ervan gelegen. Het is een gedeelte van het stedelijk gebied waar de ontwikkeling van detailhandel specifiek wordt ondersteund.

Om het kernwinkelgebied te bepalen zijn we uitgegaan van de 'drukste winkelstraten' aangevuld met enkele logische verbindingstraten om zo een uniform kernwinkelgebied te bekomen. Dit wil zeggen dat volgende straten deel uitmaken van het kernwinkelgebied van Hamme:

- Biezestraat (vanaf kruispunt N41)
- Roodkruisstraat
- Marktplein
- Kerkstraat
- Hoogstraat
- Kapellestraat
- Tweebruggenplein
- Plezantstraat
- Slangstraat
- Peperstraat
- Jagerstraat (als verbinding tussen Marktplein en Kerkstraat en doorsteek Meulenbroek)
- Achterthof (als verbinding tussen Slangstraat/Plezantstraat en Kapellestraat)
- Nieuwstraat (als verbinding tussen Marktplein en Kapellestraat + aanbouw nieuw administratief centrum en mogelijkheid tot nieuwe handelspanden)
- Hospitaalstraat (verbinding tussen Slangstraat en Tweebruggenplein + verbinding tussen Kerckwijk en nieuw administratief centrum)
- De Ring (als verbinding tussen Slangstraat en Hoogstraat/Kerkstraat)



### 8.3 Hoe zit het met het winkelaanbod?

In totaal zijn er 398 handelspanden in Hamme terug te vinden die kunnen onderverdeeld worden in volgende categorieën:

- Shopping: 59 panden (14,82%)
- Convenience: 52 panden (13,07%)
- Specialty: 45 panden (11,31%)
- Horeca: 78 panden (19,60%)
- Overige diensten: 125 panden (31,41%)
- Leegstand: 39 panden (9,80%)

Het mag niet verbazen dat het merendeel van de winkels (convenience, shopping en specialty) binnen deelgemeente Hamme liggen.

Assortimentsgroep	Deelgemeente Hamme	Deelgemeente Moerzeke
Convenience	7.585 m <sup>2</sup> (40 panden)	1.040 m <sup>2</sup> (12 panden)
Shopping	9.954 m <sup>2</sup> (51 panden)	590 m <sup>2</sup> (8 panden)
Specialty	12.140 m <sup>2</sup> (42 panden)	160 m <sup>2</sup> (3 panden)
<b>Totaal</b>	<b>29.679 m<sup>2</sup> (133 panden)</b>	<b>1.790 m<sup>2</sup> (23 panden)</b>

Wanneer we deze cijfers vergelijken met de gemiddelden van de andere clustergemeenten in de provincie Oost-Vlaanderen krijgen we enkele opvallende beelden. Voor wat betreft shopping en convenience zit Hamme rond het gemiddelde. Voor wat betreft horeca liggen we 3,01% hoger. Daarnaast scoren we slecht op overige diensten, leegstand en specialty met respectievelijk 1,78%, 2,16% en 3,01% slechter dan het gemiddelde.

Wat betreft leegstand zien we dat Hamme (9,80%) op 5<sup>e</sup> plaats staat in Oost-Vlaanderen. Voor ons staan enkel Ronse (12,7%), Kaprijke (10,2%), Wachtebeke (10,1%) en Sint-Niklaas (10%). Het gemiddelde in de provincie is 6,82%. Een leegstand van 5% zou voor de economische bloei en gezondheid van de detailhandel het beste zijn. Zoals reeds gezegd scoren we hier ook slechter in vergelijking met de clustergemeenten.

### 8.3.1 Supermarkten en superettes

Hamme beschikt over volgend aanbod van supermarkten/superettes:

Naam	Adres	Deelgemeente
Aldi	Biezestraat 15	Hamme
Colruyt	Damstraat 91	Hamme
Proxy Delhaize	Kappellestraat 46	Hamme
GB Carrefour	Plezantstraat 23	Hamme
Lidl	Veldstraat 31	Hamme
Spar	Kleinbroekstraat 21	Moerzeke
<b>Totaal supermarkten</b>	6.125 m <sup>2</sup> (=250,4 m <sup>2</sup> per 1000 inwoners versus 254,4 m <sup>2</sup> gemiddeld in de provincie)	
Spar	Geemstraat 31	Hamme
Ozen Toptan Gida	Geemstraat 38	Hamme
De Vershoek	Bosstraat 12	Moerzeke
<b>Totaal superettes</b>	640 m <sup>2</sup> (= 26,2 m <sup>2</sup> per 1.000 inwoners versus 21,4 m <sup>2</sup> gemiddeld in de provincie)	

In totaal telt Hamme dus 6.125 m<sup>2</sup> aan oppervlakte supermarkten en 640 m<sup>2</sup> aan superettes. In termen van bezettingsgraad (= m<sup>2</sup>/1.000 inwoners) betekent dit 250,4 m<sup>2</sup> supermarkt en 26,2 m<sup>2</sup> superette.

In vergelijking met cijfers uit 2002 stellen we een stijging vast van de globale bezettingsgraad met 26,3 m<sup>2</sup>, zijnde een stijging met 35,8 m<sup>2</sup> supermarkt, doch een daling van de superettes met 9,5 m<sup>2</sup>.

### 8.3.2 De bezetting van het handelsapparaat te Hamme

Assortimentsgroep	Aantal vestigingen per 1.000 inwoners in Hamme	Aantal vestigingen per 1.000 inwoners in de provincie	M <sup>2</sup> winkeloppervlakte per 1.000 inwoners Hamme	M <sup>2</sup> winkeloppervlakte per 1.000 inwoners in de provincie
Convenience	2,13	2,25	352,29 m <sup>2</sup>	363,33 m <sup>2</sup>
Shopping	2,41	3,03	431,04 m <sup>2</sup>	852,77 m <sup>2</sup>
Specialty	1,84	2,61	502,82 m <sup>2</sup>	636,72 m <sup>2</sup>
Winkels totaal	6,38	7,89	1.286,44 m <sup>2</sup>	1.852,82 m <sup>2</sup>
Horeca	3,19	3,59		
Overige diensten	5,11	6,34		
Leegstand	1,59	1,30		
Algemeen totaal	16,27	19,13		

Wanneer we het totaal aantal vestigingen vergelijken met het Oost-Vlaamse gemiddelde zien we een lager aantal vestigingen per 1.000 inwoners in Hamme. Enkel voor wat betreft leegstand zien we hoger cijfer. Daarnaast is er een groot verschil tussen de overige diensten en in mindere mate specialty en shopping. Wanneer we de vierkante meter winkeloppervlakte per 1.000 inwoners bekijken zien we dat dit opmerkelijk lager ligt in Hamme in vergelijking met Oost-Vlaanderen.

In vergelijking met cijfers uit 2002 zien we globaal een opvallende stijging vast van de netto handelsoppervlakte (een stijging met 60,4%). In de deelgemeente Hamme is de groei het significantst, met een stijging van de netto handelsoppervlakte met 63,4%, in de deelgemeente Moerzeke is deze aangroei een stuk beperkter (23,0%). Er is met andere woorden een positieve trend waarneembaar.

We geven ook kort een vergelijking met naburige gemeenten. Hierbij zien we dat de totale netto handelsoppervlakte per 1.000 inwoners in Hamme hoger ligt dan Waasmunster en Buggenhout, iets lager dan Zele en veel lager dan Temse en Dendermonde.

	Convenience	Shopping	Specialty	Totaal netto handelsopp per 1000 inwoners
<b>Dendermonde</b>	366,65	952,30	887,06	2.206,01
<b>Zele</b>	426,10	613,72	433,27	1.473,09
<b>Waasmunster</b>	208,22	153,92	603,40	965,53
<b>Temse</b>	335,06	744,97	1.026,58	2.106,61
<b>Buggenhout</b>	284,95	242,42	304,96	832,33
<b>Hamme</b>	352,59	431,04	502,82	1.286,44

Door het samenbrengen van de gegevens met betrekking tot het aanbod en de vraag inzake shopping per gemeente kan een ‘theoretische’ vloerproductiviteit voor het handelsapparaat (shopping) worden berekend. Hiertoe worden enerzijds de “aangetrokken inwonersequivalenten shopping” per gemeente omgezet in een totaal “omzetcijfer”, wat dan weer geplaatst wordt tegenover de aanwezige netto-verkoopoppervlakte “shopping”. Hoewel niet absoluut sluitend, geeft deze vloerproductiviteit toch een zeker inzicht nopens de ‘gezondheid’ van het handelsapparaat (shopping) in een gemeente. Deze analyse werd doorgevoerd voor alle Oost-Vlaamse steden en gemeenten met minstens 1.500 m<sup>2</sup> netto-verkoopoppervlakte shopping (59 in totaal). Hamme vinden we terug op de 9<sup>e</sup> plaats in Oost-Vlaanderen. Wanneer we dit cijfer vergelijken met de BELFIUS-cluster zien we dat enkel Evergem een hogere vloerproductiviteit heeft. Alle andere gemeenten zitten beduidend lager. In vergelijking met de omliggende gemeenten neemt Hamme de hoogste plaats in. De hoge(re) aantrekkingskracht van Dendermonde en Sint-Niklaas zorgt niet automatisch voor een hogere vloerproductiviteit. Dit positief cijfer kan een belangrijke stimulans zijn in het aantrekken van nieuwe handelaars.

BELFIUS-cluster	Vloerproductiviteit shopping (in euro/m <sup>2</sup> )	Buurgemeenten	Vloerproductiviteit shopping (in euro/m <sup>2</sup> )
Evergem	3.081,79	Dendermonde	2.539,79
Zelzate	2.095,93	Sint-Niklaas	2.279,95
Lokeren	1.858,09	Buggenhout	1.902,68
Ronse	1.655,26	Zele	1.558,56
Zeel	1.558,56	Temse	1.150,99
Temse	1.150,99	Waasmunster	933,14
Hamme	2.702,89		

## 9 SWOT-analyse

STERKTES	ZWAKTES
<p><b>S1.</b> Goede bereikbaarheid dankzij E17 &amp; N41</p> <p><b>S2.</b> Hoge nettogroeiratio</p> <p><b>S3.</b> Grote koopbinding voor convenience goederen</p> <p><b>S5.</b> Stijging van de netto handelsoppervlakte</p> <p><b>S6.</b> Zeer hoge vloerproductiviteit</p> <p><b>S7.</b> Sterk in bepaalde winkelcategorieën</p> <p><b>S8.</b> Aantrekkingskracht voor inwoners Waasmunster en Temse</p> <p><b>S9.</b> Handelaars verenigd in Ondernemend Hamme</p>	<p><b>Z1.</b> Ruimtelijk-visueel onaantrekkelijk (zeker bij binnenkomen van Hamme)</p> <p><b>Z2.</b> Bezetting van enige parkeerplaats voor eigen deur door handelaars</p> <p><b>Z3.</b> Geen afgebakende parking</p> <p><b>Z4.</b> Onaantrekkelijk centrum</p> <p><b>Z5.</b> (Handels)leegstand en verkrotting in het centrum</p> <p><b>Z6.</b> Te hoge huurprijzen in Kerk- en Kapellestraat</p> <p><b>Z7.</b> Aantrekkelijkheid winkels en etalages</p> <p><b>Z8.</b> Verschaald aanbod van winkelstraten</p> <p><b>Z9.</b> Gemiddeld laag inkomen van de inwoners</p> <p><b>Z10.</b> Grotere koopvlucht voor shopping en specialty</p> <p><b>Z11.</b> Nabijheid en koopvlucht naar Waasland Shopping Center</p> <p><b>Z12.</b> Aantrekkingskracht Dendermonde</p>
OPPORTUNITEITEN	BEDREIGINGEN
<p><b>O1.</b> Sterke stijging van het aantal inwoners</p> <p><b>O2.</b> Digitale superconsument: beïnvloeding van sociale media-gebruikers onderling</p> <p><b>O3.</b> Toenemend totaalvolume winkelvloeroppervlak</p> <p><b>O4.</b> Project Hamme 2020 en citymarketing</p>	<p><b>B1.</b> Steeds ouder wordende bevolking/vergrijzing</p> <p><b>B2.</b> Voldoende parkeermogelijkheden</p> <p><b>B3.</b> Opkomst van e-commerce/stijgende internetaankopen</p> <p><b>B4.</b> Verspreiding van winkels naar verschillende straten</p>



## 10 Doelstellingen

Hamme moet zowel voor de eigen inwoners als andere bezoekers een aangename plek zijn om te winkelen en te vertoeven. In eerste instantie moet het centrum van Hamme deze winkelfunctie op zich nemen en uitstralen. Door te concentreren op een sterke kern zullen de omliggende gebieden op termijn tevens de vruchten plukken. Om dit te verwezenlijken stellen we zes algemene doelstellingen voorop. Aan de hand van deze doelstellingen zal gewerkt worden om de detailhandel in Hamme te doen bloeien.

### **1. Het aanbod van parkeergelegenheden moet afgestemd worden op het winkelgebeuren.**

Winkelen en parkeren zullen altijd aan elkaar verbonden zijn. Door de eerder kleine schaal van de gemeente is het moeilijk om in de periferie te parkeren om inkopen te doen in het centrum. Daarom moet gekeken worden hoe het mogelijk is om dicht bij de winkels te parkeren zonder overlast te creëren. We moeten dus op zoek gaan naar plaatsen en/of manieren waarop men veilig en zonder veel zorgen kan parkeren en toch het comfort heeft van dicht bij de winkels te staan en voldoende plaats te hebben. Het is uiteraard de bedoeling om deze optimalisatie en inplanting van parkeergelegenheden zowel voor automobilisten als fietsers te voorzien.

### **2. De leegstand in de handelspanden terugdringen naar een economisch gunstig percentage.**

Hamme staat op de 5<sup>e</sup> plaats in Oost-Vlaanderen voor wat betreft leegstand van handelspanden. Voornamelijk wat betreft de Kerkstraat zien we een duidelijk probleem. Er is dus dringend nood aan een duurzaam en gericht leegstandsbeleid voor wat betreft handelspanden. Leegstaande handelspanden zorgen voor een verloederde indruk van de winkelstraten wat op zijn beurt (potentiële) bezoekers en klanten kan tegenhouden. De verminderde bezoekersaantallen kan op zijn beurt dan weer leiden tot dalende omzetcijfers bij de handelaars en dusdanig tot nog méér leegstand. Deze vicieuze cirkel van leegstand moet een halt toegeroepen worden. Het zal noodzakelijk zijn om met alle actoren (eigenaars, gemeente, immo en ondernemers) gerichte acties op te zetten.

### **3. Inzetten op een commercieel aantrekkelijk en bruisend (winkel)centrum zowel voor ondernemers als bezoekers.**

Op dit moment is het aantal winkels zeer verspreid. Van een écht kernwinkelgebied kunnen we niet spreken. We zien dit ook terug bij de winkeldichtheid. Daarnaast is de algemene indruk op de winkelstraten op sommige plaatsen negatief. De indruk bij het binnenrijden van het centrum is tevens weinig uitnodigend. Structurele maatregelen dringen zich op om de aantrekkelijkheid te vergroten, zowel voor handelaars als bezoekers. Het doel is om van Hamme een aangename, winkelvriendelijke en bruisende gemeente te maken waar iedereen zich thuis voelt.

#### **4. De diversiteit van het aanbod van de winkels verhogen om een maximale schaal aan goederen te kunnen aanbieden.**

De koopvlucht bij de Hammenaren is opmerkelijk bij bepaalde categorieën van goederen. De koopbinding toont aan dat bepaalde 'sterke' merken en/of handelaars ervoor zorgen dat men koopt binnen de eigen gemeente in dat bepaalde segment. Een breder aanbod van allerlei goederen kan een mogelijke stimulans zijn om meer en langer te winkelen in Hamme. Er moet gestreefd worden naar een zo ruim en optimaal mogelijke mix van winkels. Dit zal een aantrekkingseffect creëren op alle handelaars.

#### **5. Blijvende aandacht naar het betrekken van de detailhandelaars bij het implementeren en evalueren van het beleid.**

Om de hier uitgewerkte visie en het detailhandelbeleid te doen slagen zal dit moeten gedragen worden door de detailhandelaars zelf. De ondernemers spelen immers een beslissende rol in het slagen van de gemeentelijke detailhandel. Zeker bij de implementatie (uitwerking van acties) en evaluatie van het beleid vormen ze een uitermate belangrijke partner. Het is daarom noodzakelijk om zowel (handelaars)organisaties als individuele ondernemers voldoende te betrekken bij het beleid.

#### **6. Streven naar een sterkere koppeling tussen toerisme en lokale detailhandel**

Hamme heeft heel wat troeven op toeristisch gebied. Voornamelijk het unieke en rustige landschap van de Schelde en de Durme lokken voor fietser en voetgangers naar de gemeente. Het is uiteraard de bedoeling om deze toeristen ook het winkellandschap van Hamme te laten ontdekken. We moeten daarom proberen om die bezoekers ook te lokken met een unieke winkelervaring. De samenwerking met alle toeristische organisaties en de handelaars is hiervoor belangrijk.

## 11 Acties

### 1. Versnelde aanpak van problemen en uitzicht in de Kerkstraat

De Kerkstraat kampt met een imagoprobleem, leegstand en daaraan gekoppeld een beginnende verloedering. Om deze belangrijke straat binnen het kernwinkelgebied te versterken zullen maatregelen genomen worden om deze problemen op korte termijn om te buigen. We denken hierbij aan kortstondige acties en maatregelen die efficiënt zijn en weinig middelen nodig hebben. Het kan hierbij onder andere gaan over beplanting, verlichting, bestickering,... De handelaars van de Kerkstraat vormen hierbij de belangrijkste gesprekspartner.

### 2. Parkeergelegenheden aanpassen aan huidige wensen en normen

Zowel de stijging van het aantal inwoners als de vooropgestelde verhoging van de aantrekkingskracht van Hamme zorgen ervoor dat er nood is aan nieuwe/meer parkeermogelijkheden. Daarbij komt ook dat het huidige aanbod in bepaalde gevallen een eerder onveilige situatie met zich meebrengt (bv. parkeren in de Plezantstraat). De aantrekkelijkheid van het centrum verhogen wil tevens zeggen dat alle visueel onaantrekkelijke aspecten dienen verwijderd te worden. We proberen deze twee elementen – parkeeraanbod en aantrekkelijke winkelen – dan ook te implementeren via deze actie. We moeten het parkeeraanbod immers aanpassen aan de huidige wensen en normen willen we inzetten op een levendig winkelcentrum. Wanneer we kijken naar de wensen zien we dat voldoende parkeermogelijkheden en verkeersveiligheid in de winkelstraten heel belangrijk is voor de bewoners. We zien dit ook voor de vlotte bereikbaarheid met de voet/fiets en de auto. Wanneer we kijken naar de normen kunnen we beroep doen op het ‘Vademecum Duurzaam Parkeren’ van de Vlaamse Overheid (juni 2008). Dit zegt letterlijk dat “geparkeerde auto’s zorgen voor visuele overlast en nemen publieke ruimte in die niet meer voor andere doeleinden kan gebruikt worden”. Om deze overlast te beperken moet er volgens de Vlaamse Overheid gestreefd worden “naar inpandige garages (liefst ondergronds) in plaats van parkeren op straat, pleinen”.

### 3. Opmaak van een duidelijk overzicht van de leegstand in het kernwinkelgebied

Om de handelsleegstand aan te pakken is het vooreerst nodig een gestructureerd en up-to-date overzicht te krijgen van het aantal leegstaande handelspanden. Gezien de andere acties is het in eerste instantie nodig om deze opsomming te doen binnen het kernwinkelgebied. Dit overzicht kan zich niet beperken tot een loutere opsomming. De lijst moet echter een overzicht geven van de eigenaars, mogelijke huurprijs, staat van het pand, handelsoppervlakte,... Aan de hand hiervan kan in samenspraak met eigenaars en/of derden gekeken worden naar mogelijke oplossingen. Zo kunnen deze panden bijvoorbeeld aangeboden worden op de website van Ondernemend Hamme onder een aparte noemer ‘leegstaande panden’.

### 4. Promoten van de nieuwe subsidiemogelijkheden rond winkelrenovatie en -inrichting

Het gemeentebestuur beschikt sinds 2004 over twee subsidies om de aantrekkelijkheid van winkelpanden te vergroten. Het gaat hier om de premies bovenwinkelwonen en

winkelgevelrenovatie. Aangezien het beperkte succes van deze premies is het voorstel om beide premies af te schaffen en te vervangen door twee nieuwe subsidiereglementen. Het eerste reglement sluit aan bij de projectoproep 'Renovatie Handelspanden' van de Vlaamse overheid. Het betreft hierbij de renovatie en inrichting van (leegstaande) handelspanden in het kernwinkelgebied. Het tweede reglement is van toepassing op horeca en handelaars buiten het kernwinkelgebied. Hierbij gaat het om de renovatie van winkelgevels.

## **5. Actief op zoek gaan naar zowel nieuwe als huidige trekkers**

Een aantrekkelijk winkelgebied begint met een goed en ruim aanbod aan winkels/ondernemingen. Om dit te bewerkstelligen is het nuttig om te werken met enkele 'trekkers'. Dit zijn winkels die herkenning opwekken bij de (potentiële) bezoekers. Deze winkels zorgen er dus voor dat er trafiek komt en koopbinding vergroot. Maar ook naar potentiële handelaars kunnen een belangrijke rol vervullen. Het kan ondernemers namelijk overtuigen om te investeren en zich te vestigen in Hamme. Deze trekkers vormen als het ware het uitgangsbord. Zowel naar bezoekers als nieuwe handelaars toe.

## **6. Ondernemend Hamme en de Adviesraad Lokale Economie blijven de belangrijkste partners in het detailhandelbeleid**

Voor wat betreft detailhandel blijven Ondernemend Hamme en de Adviesraad Lokale Economie de belangrijkste partners voor het gemeentebestuur. Beiden vervullen ze specifieke functies. De Adviesraad Lokale Economie is erkend als adviesorgaan door de gemeenteraad in alle materies betreffende de lokale economie in Hamme. Uiteraard is detailhandel hier een belangrijk onderdeel van. De Adviesraad geeft advies aan het gemeentebestuur omtrent allerlei aspecten van het detailhandelsbeleid. Ze kunnen dit zowel doen op vraag van het bestuur als op eigen initiatief. Ondernemend Hamme zorgt dan weer voor de meer praktische invulling van het detailhandelsbeleid, onder andere door het organiseren van acties en het verdelen van de Kadobon. Het spreekt voor zich dat het gemeentebestuur beide organisatie wil blijven ondersteunen en betrekken de komende jaren.

## **7. Handelaars informeren over en begeleiden in de hedendaagse uitdagingen**

Als handelaar kan het moeilijk zijn om zelf de nieuwste trends en ontwikkelingen op de voet te volgen. Toch staan ze voor heel wat uitdagingen in de toekomst. Denken we maar aan de opkomst van e-commerce, veranderende winkelpatronen,... De lokale overheid kan hier een ondersteunende en informerende rol opnemen. Om handelaars te stimuleren deze uitdagingen aan te gaan zal gekeken worden hoe het gemeentebestuur kan helpen in het aanbieden van workshops, seminars, voorstellingen,... Om dit te realiseren zal het gemeentebestuur beroep doen op externe partners zoals EROV, Unizo, LVZ,... Een innovatief en vernieuwend handelsapparaat moet bijdragen tot een aantrekkelijk winkelcentrum.

## **8. Opmaak plan voor stimuleren aantrekkelijkheid as Biezestraat – Marktplein**

Het eerste zicht dat men krijgt op het centrum kan bepalend zijn op de verdere beoordeling van de bezoeker. De inkomstas Biezestraat – Marktplein vervult dus een belangrijke functie voor de Hamse detailhandel. Toch oogt deze as weinig uitnodigend en eerder grauw. In samenspraak met ondernemers moet gekeken worden welke maatregelen nuttig kunnen zijn om het imago hiervan op te krikken. Het is in eerste instantie de bedoeling om een uitnodigende indruk te wekken naar de bezoekers toe. Dit kan bijvoorbeeld al door het herbekijken van de bewegwijzering, verwelkomingsborden,...

## **9. Website ondernemendhamme.be updaten en de 'look & feel' aanpassen**

Op dit moment beschikt Ondernemend Hamme over een eigen webstek. Alle Hamse ondernemers kunnen hier hun gegevens op achter laten. Hierdoor geeft de website een uitstekend beeld weer van het aantal ondernemingen in de gemeente. De website heeft, met zo een 3000 unieke bezoekers per maand, een redelijk hoog bereik. Het merendeel hiervan komt op de site terecht via een zoekmachine (bv. Google). Deze cijfers tonen het nut aan van deze website. Een optimale website is een ideaal communicatiemiddel voor een bloeiende handel in het huidige digitale tijdperk. Toch zijn er enkele punten waar verbetering mogelijk is. Zo blijkt het moeilijk om de website up-to-date te houden. De informatie is in sommige gevallen gedateerd en bepaalde acties worden niet altijd aangekondigd. Ten tweede heeft de massale input van (bedrijfs)gegevens ervoor gezorgd dat sommige handelaars meerdere malen zijn terug te vinden of een onvolledig profiel hebben. Ten derde geeft het slechts een passief overzicht weer van de handelaars. Dit beperkt zich tot de basisgegevens zoals naam, adres en de rubriek waarin men actief is. Dit kan echter mogelijk uitgebreid worden tot een soort mini-website van de handelaar. Als laatste zien we dat de website zich beperkt tot informatie over de handelaars en de Kadobon. Er moet nagedacht worden of dit eventueel niet kan uitgebreid worden met andere zaken zoals bv. een overzicht van de parkeermogelijkheden in het centrum.

## **10. Leegstaande handelspanden aantrekkelijk maken**

Leegstand zorgt voor een verloederd zicht op het winkelgebeuren. In eerste instantie is het nodig om deze panden terug commercieel aantrekkelijk te maken. Dit wil zeggen dat ze effectief gebruikt worden als handelspand. In de praktijk zien we dat deze invulling veelal een doelstelling is op lange termijn. Net daarom moeten er ook acties opgezet worden op korte(re) termijn. Dit om zowel nieuwe handelaars te overtuigen en te motiveren als de algemene uitstraling van een straat/buurt op te waarderen. Deze twee zaken zijn uiteraard nauw met elkaar verbonden. Om dit te realiseren zal onderzocht worden in welke mate volgende praktische acties mogelijk zijn: bestickering van leegstaande panden, tijdelijke inrichting door kunstenaars, etalage-invulling door andere winkeliers,.... Al deze maatregelen moet een positieve uitstraling met zich meebrengen op korte

termijn. In samenspraak met de eigenaars zal bekeken worden welke acties mogelijk zijn en tijdens welke tijdstippen deze best tot hun recht komen.

### **11. Toeristen overtuigen om het centrum te bezoeken**

Het toerisme leeft in Hamme. Daarom moeten we ervoor zorgen dat deze toeristen ook het centrum aanvatten en het als aangenaam ervaren. We moeten er dus als eerste voor zorgen dat toeristen snel en gemakkelijk het centrum vinden en er geraken. Daarnaast moeten we voorzien in duurzame voorzieningen zoals fietsenstallingen, publieke sanitaire voorzieningen,...