



Rapport detailhandel Kruisem



De provincies brengen informatie uit diverse bronnen samen en baseren hierop hun studies en analyses. Deze kennis en ervaring staan ter beschikking van lokale besturen. Dit rapport kwam tot stand als samenwerking van de interprovinciale werking Data & Analyse en de interprovinciale werking Detailhandel.

Detailhandel, een sector in beweging

Bij een kernversterkend lokaal economisch beleid is detailhandel niet weg te denken. De sector is een belangrijke werkgever, voorziet in belangrijke basisvoorzieningen en draagt bij tot de dynamiek en aantrekkingskracht van een stad of gemeente. Lokale besturen staan via hun kernafbakening, ruimtelijke ordening en vergunningenbeleid in voor het maken van onderbouwde keuzes waar detailhandel – op maat van de consument, ondernemer en gemeente – zich het best kan ontwikkelen. De publieke ruimte ondersteunt de winkelruimte met voldoende groen en een multimodale bereikbaarheid.

De Vlaamse Provincies stimuleren een data-gedreven detailhandelsbeleid waarbij onder meer demografische evoluties, wijzigingen in het detailhandelsaanbod, leegstand en horeca overzichtelijk worden gemaakt. Provinciale detailhandelscoaches en lokale besturen werken samen aan leefbare kernen met een aantrekkelijke mix van functies.

Een sector in beweging versterkt de vraag naar een inzichtelijk rapport. Een positieve trend, na de coronapandemie, is het geleidelijk herstel van de winkelomzet in de centrumsteden. Maar andere actuele realiteiten blijven de marges van de retail onder druk plaatsen: de energiecrisis, de torenhoge inflatie en stijgende voedsel- en grondstofprijzen.

Zeker voor kleinere winkelkernen blijven de uitdagingen groot en is een gericht locatiebeleid met een belangrijke focus op dagelijkse goederen en sociale cohesie essentieel. In 2021, voor het eerst sinds lange tijd, neemt de leegstand van handelspanden in de Vlaamse provincies af. In heel wat kernen is dat te wijten aan het feit dat er heel wat commerciële panden uit het aanbod verdwenen zijn (bijvoorbeeld door bestemmingswijzigingen). Toch zijn fysieke winkellocaties helemaal niet afgeschreven: ze bieden nog steeds de creatieve en interactieve belevingsruimte om te ontdekken en te ontmoeten. Ze brengen de couleur locale in het straatbeeld.

De link naar een digitale en zelfs virtuele winkelervaring is nooit veraf en beide kunnen elkaar versterken in hybride formules. Verkoopkanalen staan niet op zichzelf maar bestaan uit een netwerk van fysieke winkels, webshops en marketplaces. Ook ons winkelgedrag zal op termijn meer en meer worden gestuurd door data. De impact hiervan zal voelbaar zijn in de hele sector en ook op gemeenteniveau.

Consumenten maken deel uit van deze gemeenschap, zowel off- als online. Dit rapport zal dan ook aandacht besteden aan de rol van e-commerce en de evoluties in online bestedingen voor diverse productcategorieën.




Leeswijzer

Voor dit rapport maakten we een selectie van gegevens rond het thema detailhandel. Ook horeca, winkelleegstand en e-commerce, die met detailhandel nauw verweven zijn, worden uitgelicht.

Momenteel zie je het rapport voor **gemeente Kruisem**. Raadpleeg [het rapport online](#) om andere gebieden en vergelijkingsgebieden te kiezen. Je kan één of meer gemeenten of provincies kiezen en zelf de vergelijkingsgebieden aanpassen. Indien je één gebied kiest, dan kan je vergelijken met "bovenliggende" gebiedsindelingen. Als je twee gebieden kiest, dan worden deze naast elkaar gezet. Kies je meer dan twee gebieden, dan worden ze als geheel beschouwd. Je kunt ook [een gebied samenstellen op kaart](#).

Het huidige rapport vergelijkt **Kruisem** met de door jou gekozen vergelijkingsgebieden **Andere gemeenten; buiten stadsgewest; matig uitgerust** ([bekijk op kaart](#)) en **Oost-Vlaanderen**.

Je ziet het rapport zoals dit op **14-6-2023** ter beschikking was via provincies.incijfers.be. De Databank wordt voortdurend bijgewerkt. Je kan een up-to-date versie van dit rapport raadplegen [via deze link](#).

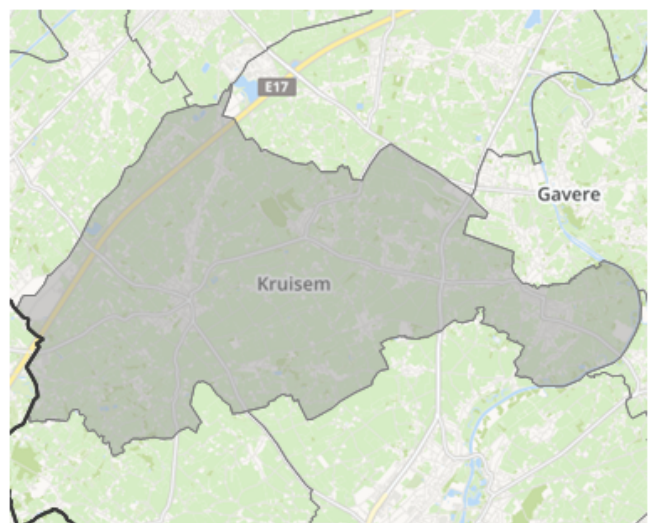
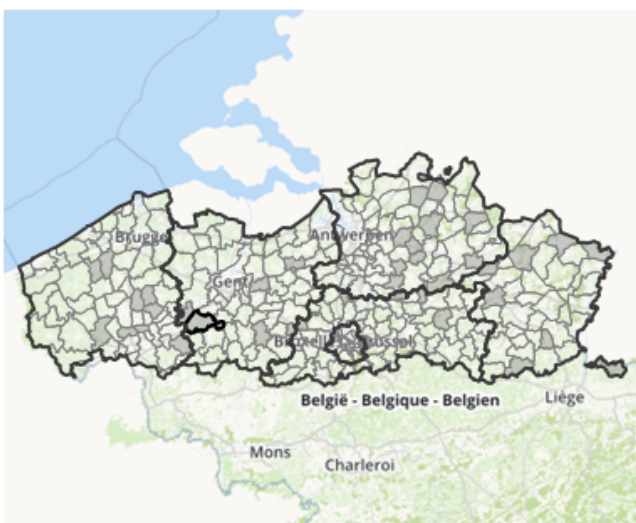
Alle cijfers in dit rapport, met uitzondering van de cijfers voor e-commerce, zijn ook raadpleegbaar via onze [Databank](#). Via de knop  open je de figuur als presentatie in de Databank, zodat je er zelf verder aan kan werken. Wil je gewoon de cijfers zien die voor de kaarten, figuren en tabellen gebruikt worden, klik dan op  of  voor een online- of Excel-tabel.

Doorheen de tekst voorzien we duiding bij de cijfers. Aan het einde van het rapport staat een begrippenlijst en vind je een overzicht van de gebruikte bronnen, met telkens een link naar een volledige fiche die de mogelijkheden en beperkingen van de cijfers verder toelicht.

Omwille van de privacywetgeving wordt bij sommige gegevens voor kleine aantallen de waarde x weergegeven. Hierdoor worden op de grafieken dan ook geen waarden weergegeven.

Naast dit kant-en-klare rapport kunnen lokale besturen en andere geïnteresseerden ook zelf aan de slag met de data om op een eenvoudige en interactieve manier gegevens samen te brengen en grafisch voor te stellen. Het [Dashboard](#) van provincies.incijfers.be geeft je via de tegels een snel overzicht van het data-aanbod. De optie [Databank](#) geeft toegang tot een brede set gegevens die je zelf kan selecteren en combineren.

Provincies.incijfers.be is een product van de [interprovinciale werking Data & Analyse](#). Zij helpen je graag verder bij vragen over het gebruik van de tool, maar ook bredere vragen rond het gebruik van omgevingsdata bij lokale besturen.



Inhoudsopgave

Detailhandel, een sector in beweging

Leeswijzer

Inleiding

1. Context

1.1 Demografie

1.2 Inkomen

1.3 Werk

1.3.1 Werkgelegenheid in detailhandel en horeca

1.3.2 Pendelbewegingen

2. Handelspanden en winkelvloeroppervlakte

2.1 Handelsaanbod

2.1.1 Evolutie van het handelsaanbod

2.1.2 Samenstelling van het handelsaanbod

2.2 Detailhandel

2.2.1 Evolutie en samenstelling van het detailhandelsaanbod

2.2.2 Detailhandelsaanbod per 1.000 inwoners

2.2.3 Verhouding formulewinkels en zelfstandige winkels

2.2.4 Detailhandelsaanbod naar type winkelgebied

2.2.5 Grootte van de winkelpanden

2.3 Supermarkten

2.4 Horeca

2.4.1 Evolutie en samenstelling van horeca

2.4.2 Horecadensiteit

2.5 Leegstand

2.5.1 Evolutie van de leegstand

2.5.2 Duurtijd van de leegstand

2.5.3 Laatste invulling van de leegstand

2.6 Kernwinkelgebied

3. E-commerce

4. Samengevat

Begrippenlijst

Meer informatie over de cijfers en bronnen

Inleiding

In het rapport detailhandel vind je de relevante kerncijfers met betrekking tot detailhandel in elke Vlaamse stad of gemeente. Ook horeca, winkelleegstand en e-commerce die met detailhandel nauw verweven zijn, worden uitgelicht.

Het rapport detailhandel wordt je aangeboden door de Vlaamse provincies. De cijfers worden verzameld in provincies.incijfers.be. De cijfers over detailhandel worden aangeleverd door onze partners [Locatus](#) en [Becommerce / SafeShops.be](#). Voor het hergebruik van de cijfers zijn we gebonden aan de gebruiksvoorwaarden van deze bedrijven. Hergebruik van (delen van) dit rapport kan, op voorwaarde dat een correcte bronvermelding wordt toegepast en dat altijd duidelijk gemaakt wordt dat dit rapport gratis en publiek beschikbaar is via provincies.incijfers.be.

De mix van deze gegevens in dit rapport is de basis waarmee je als stads- of gemeentebestuur het detailhandelsbeleid op een objectieve wijze kan uitwerken.

Het detailhandelsaanbod in je gemeente wordt weergegeven met de cijfers voor 2013, 2018 en 2023 zoals ze bij Locatus beschikbaar waren op 1 april 2023. In de grafieken nemen we vaak alle jaartallen mee. Voor sommige parameters is het mogelijk dat de gegevens voor 2023 nog niet beschikbaar zijn; in dat geval wordt het meest recente gegevensjaar getoond.

Locatus doet jaarlijks een rondgang door alle Vlaamse gemeenten om hun bestand bij te werken. Op die manier bevat de Locatusdatabank steeds de meest actuele data over het detailhandelsaanbod. Met het cijfer van een jaartal bedoelen we steeds "de cijfers van de meest recente inventarisatie die volledig afgerond was vóór 1 april van dat jaartal". In de praktijk gaat het dus voor "2023" over data verzameld van 1 april 2022 tot en met 31 maart 2023. **Voor Kruisem werd de inventarisatie uitgevoerd in de periode 3-2023.**

De Vlaamse provincies en de POM West-Vlaanderen stellen de Locatusdatabank, met continue geactualiseerde data over het detailhandelsaanbod, gratis beschikbaar voor alle Vlaamse steden en gemeenten.

Voor meer informatie in verband met Locatus, contacteer [het aanspreekpunt in je provincie](#).

Verder zijn de provincies voor steden en gemeenten een belangrijke partner bij het uitwerken van projecten die een impact hebben over de gemeentegrenzen heen. De provincies delen hun kennis en expertise graag met de stads- en gemeentebesturen. Ontdek het [provinciale aanbod](#).



1. Context

Eén van de belangrijkste determinanten voor de dynamiek en de ontwikkeling van het detailhandelsapparaat aan vraagzijde zijn de bevolkingskarakteristieken (bevolkingsomvang, evoluties en samenstelling), de inkomenskarakteristieken (besteedbaar inkomen en welvaartsindex) en de invloed die uitgaat van werk en pendel.

1.1 Demografie

De eigen bevolking van de gemeente vormt de basis voor het klantenpotentieel van de lokale handel. Succesvolle detailhandel komt tegemoet aan de noden van de klanten. Inzicht in de demografie kan helpen bij de positionering en oriëntering van het handelsapparaat.

De karakteristieken van een gezin bepalen het uitgavenpatroon. In de cijfers voor Vlaanderen zien we over het algemeen een sterkere procentuele stijging van het aantal huishoudens dan van het totaal aantal inwoners. De oorzaak hiervan is een toenemende gezinsverdunding waardoor vooral de 1- en 2-persoonsgezinnen in de lift zitten. De toename van 1- en 2-persoonshuishoudens gaat samen met een ouder wordende bevolking en wijzigende gezinssamenstellingen. Recente studies (Statistiek Vlaanderen) geven aan dat het percentage volwassenen dat met een partner samenwoont, globaal daalt.

Het consumptiepatroon van de consument varieert naargelang de levensfase waarin hij zich bevindt. Op het vlak van detailhandel veroorzaken demografische verschuivingen wijzigingen in het consumptiepatroon van de bevolking. Dit vraagt om aanpassingen aan het detailhandelsaanbod en misschien ook aan de infrastructuur van winkelgebieden.

Meer demografische cijfers kan je vinden in de [databank](#), [dashboard bevolking](#) en het [dashboard huishoudens](#). Daarnaast zijn er verschillende rapporten en cijferoverzichten die inzoomen op gegevens van bevolking en huishoudens: [rapport bevolking en huishoudens](#), [cijfers bevolking opgelijst](#) en [cijfers huishoudens opgelijst](#). Voor maatwerk betreffende demografische cijfers kan je steeds contact opnemen met [Data & Analyse](#) van je provincie.

Tabel 1 | Evolutie basiskennmerken van de bevolking in Kruisem (2013, 2018 en 2022)

	2013	2018	2022
totaal aantal inwoners volgens Rijksregister [aantal]	15.534	15.648	15.885
bevolkingsdichtheid [aantal per km²]	217	219	222
private huishoudens [aantal]	6.177	6.351	6.620
gemiddelde huishoudensgrootte [aantal]	2,49	2,44	2,38

Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be



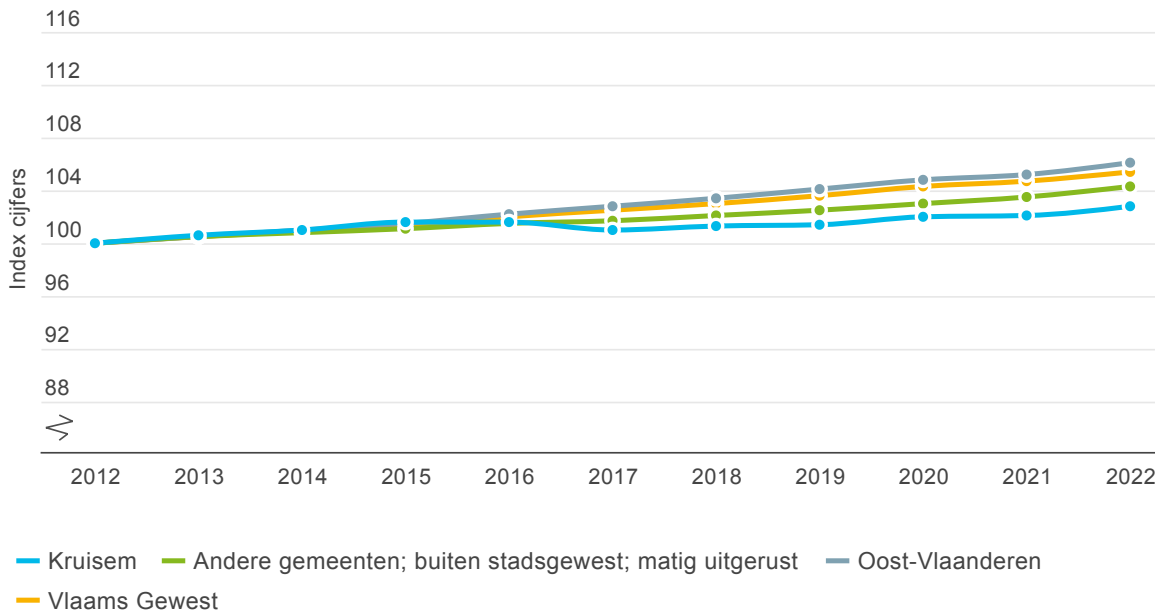
Tabel 2 | Basiskennmerken van de bevolking in (2022)

	Kruisem	Andere gemeenten; buiten stadsgewest; matig uitgerust	Oost-Vlaanderen	Vlaams Gewest
totaal aantal inwoners volgens Rijksregister [aantal]	15.885	473.296	1.546.141	6.712.775
bevolkingsdichtheid [aantal per km²]	222	308	514	493
private huishoudens [aantal]	6.620	198.966	668.325	2.885.810
gemiddelde huishoudensgrootte [aantal]	2,38	2,36	2,28	2,30

Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be



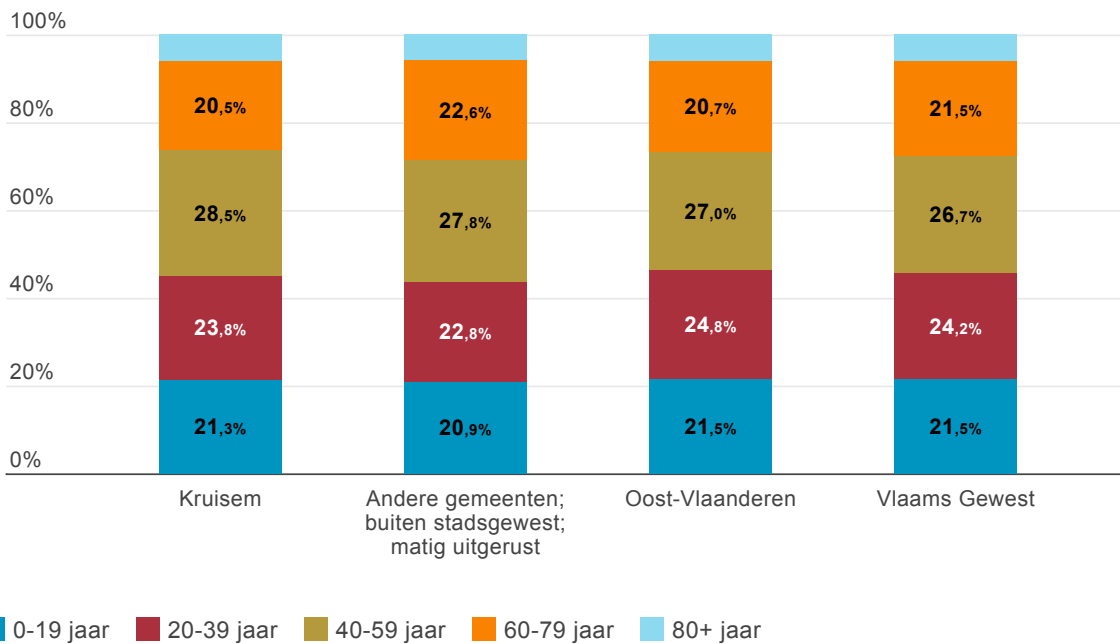
Grafiek 1 | Evolutie inwoners (2012-2022, index 2012=100)



Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be



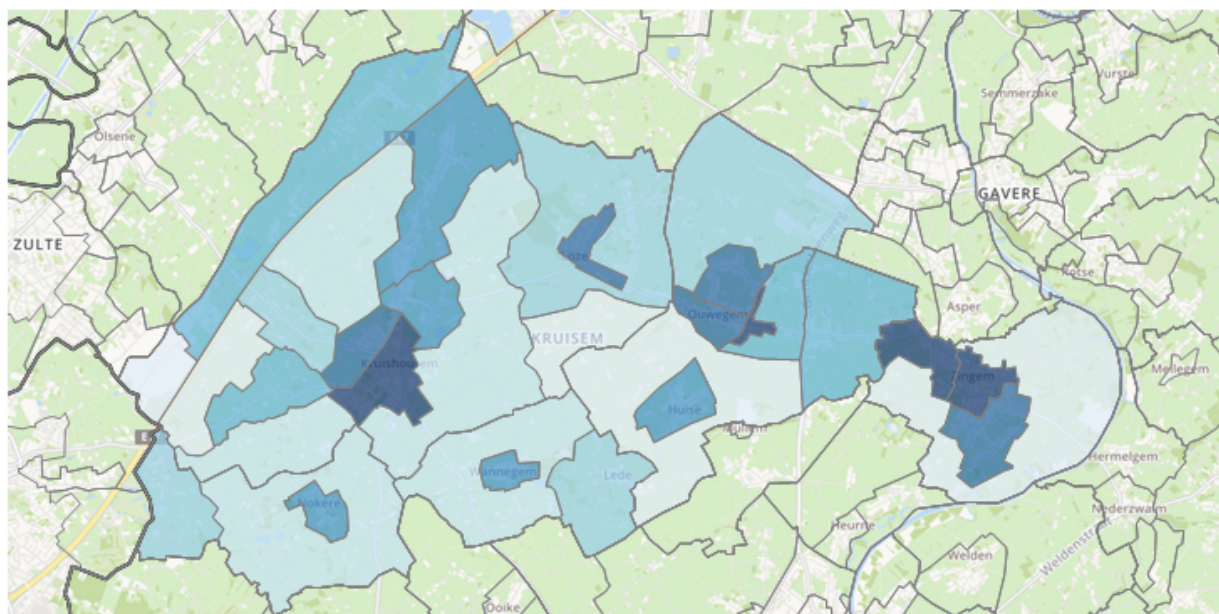
Grafiek 2 | Inwoners naar leeftijdsklasse, % t.o.v. alle inwoners (2022)



Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be



Kaart 1 | Bevolkingsdichtheid per statistische sector in Kruisem, inwoners per km² (2022)



Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be



1.2 Inkomen

Het inkomensniveau van de huishoudens bepaalt mee de mogelijkheden voor consumptie. Het plaatselijk gemiddeld inkomen per inwoner wordt bij de welvaartsindex vergeleken met het Belgische gemiddelde. Een cijfer groter dan 100 wijst op een inkomens- en welvaartsniveau dat boven het nationaal gemiddelde ligt. Bij een waarde minder dan 100 geldt het omgekeerde.

De inkomenselasticiteit van voeding ligt tussen 0 en 1. Dit betekent dat naarmate het besteedbaar inkomen toeneemt de uitgaven aan voeding verhoudingsgewijs dalen. Dit geldt niet alleen voor voeding, maar ook voor andere primaire en noodzakelijke goederen. Als het besteedbaar inkomen stijgt, wordt (tot een bepaalde drempelwaarde) meer geld aan voeding besteed, maar procentueel gezien zullen de uitgaven aan voeding dalen. Meer besteedbaar inkomen kan leiden tot substitutie: de uitgaven aan luxegoederen nemen toe.

Ook voor de horeca is er een effect: naarmate de bestedingsruimte toeneemt heeft men méér financiële mogelijkheden om buitenshuis te consumeren.

We presenteren hier enkele kerncijfers economie, voor zover deze rechtstreeks verband houden met detailhandel. Voor meer cijfers over de economie kan je een tabellenrapport [cijfers economie opgelijst](#) opvragen of het [dashboard economie](#) gebruiken.

Tabel 3 | Evolutie gemiddeld jaarinkomen en welvaartsindex in Kruisem (2013, 2018 en 2020)

	2013	2018	2020
gemiddeld netto belastbaar inkomen per belastingplichtige (excl. 0-inkomens) [€]	24.082	27.370	28.998
welvaartsindex [per 100]	111	116	117

Bron: Statbel | provincies.incijfers.be



Tabel 4 | Gemiddeld jaarinkomen en welvaartsindex (2020)

	Kruisem	Andere gemeenten; buiten stadsgewest; matig uitgerust	Oost-Vlaanderen	Vlaams Gewest
gemiddeld netto belastbaar inkomen per belastingplichtige (excl. 0-inkomens) [€]	28.998	26.898	27.432	27.150
welvaartsindex [per 100]	117	107	108	107

Bron: Statbel | provincies.incijfers.be



1.3 Werk

1.3.1 Werkgelegenheid in detailhandel en horeca

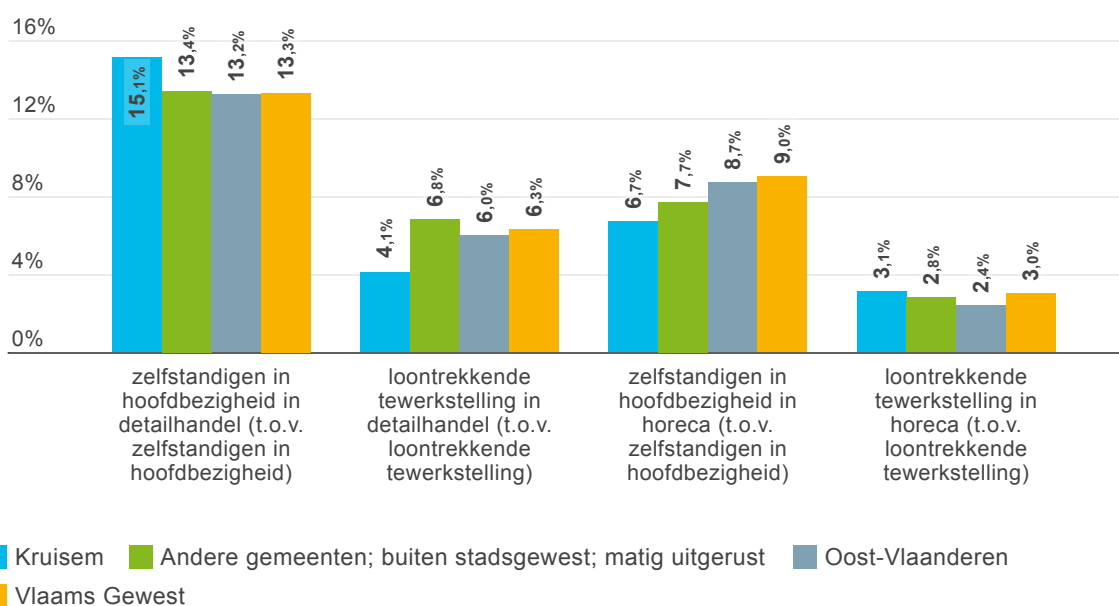
Detailhandel biedt werk in de buurt en kan een katalysator zijn voor andere bedrijvigheid zoals horeca en toerisme, die zich graag vestigen in de buurt van winkels.

Tabel 5 | Evolutie arbeidsplaatsen in detailhandel en horeca in Kruisem (2013, 2018 en 2022)

	2013	2018	2022
zelfstandigen in hoofdbezigheid in detailhandel	274	256	256
loontrekkende tewerkstelling in detailhandel	-	160	158
zelfstandigen in hoofdbezigheid in horeca	124	118	114
loontrekkende tewerkstelling in horeca	-	103	119

Bron: RSVZ | provincies.incijfers.be

RSZ | provincies.incijfers.be

**Grafiek 3 | Arbeidsplaatsen in detailhandel en horeca, % t.o.v. totaal (2022)**

Bron: RSVZ | provincies.incijfers.be, RSZ | provincies.incijfers.be



1.3.2 Pendelbewegingen

In het kader van detailhandel is het interessant te weten in welke mate inwoners werken in de eigen gemeente dan wel pendelen naar andere gemeenten. Omgekeerd is het eveneens nuttig te weten hoeveel pendelaars er komen. De mate waarin arbeidskrachten uitgewisseld worden, bepaalt mee de richting en locatie van bestedingen en consumptie.

De inkomende pendel geeft aan hoeveel mensen van buiten de gemeente werken in je gemeente. Ze vormen een groep van potentiële klanten.

De uitgaande pendel bestaat uit eigen inwoners die buiten de eigen gemeente werken. Een deel van hun koopkracht besteden ze op de plaats van tewerkstelling of langs het traject van het woon-werkverkeer.

Daarnaast is er een groep die woont en werkt in de eigen gemeente. Deze loontrekkenden zijn vermeld bij 'geen pendel'. De optelling van dit cijfer met de inkomende pendel geeft de totale loontrekkende tewerkstelling in de gemeente.

Tabel 6 | Evolutie pendelbewegingen in Kruisem (2013, 2018 en 2019)

	2013	2018	2019
inkomende pendel	2.931	3.085	3.034
geen pendel	930	845	862
uitgaande pendel	4.770	5.012	5.116

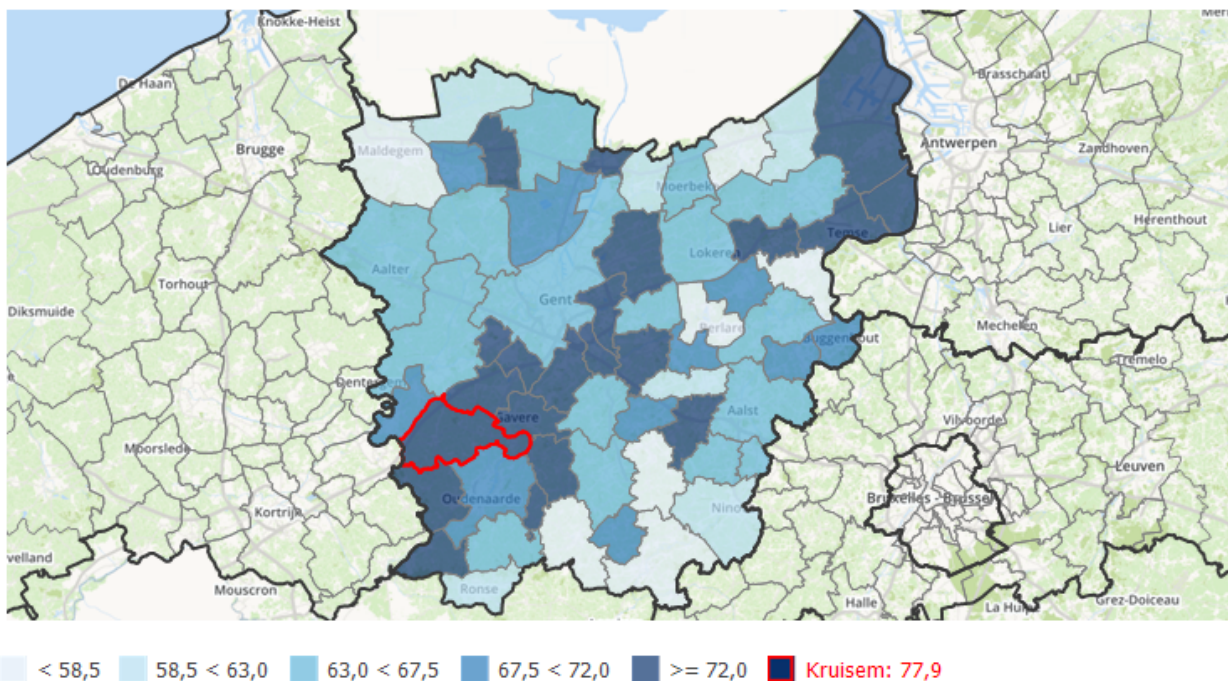
Bron: VAR | provincies.incijfers.be



Een andere parameter die in dit verband relevant is om naar te kijken, is de pendelintensiteit.

De inkomende pendelintensiteit geeft aan in welke mate een gemeente inwoners van andere gemeenten aantrekt om te komen werken, uitgedrukt als het aandeel loontrekkenden dat vanuit andere gemeenten komt werken in de gemeente, ten opzichte van het totale aantal loontrekkenden werkzaam in die gemeente.

Kaart 2 | Inkomende pendelintensiteit van de gemeenten van Oost-Vlaanderen (2019)

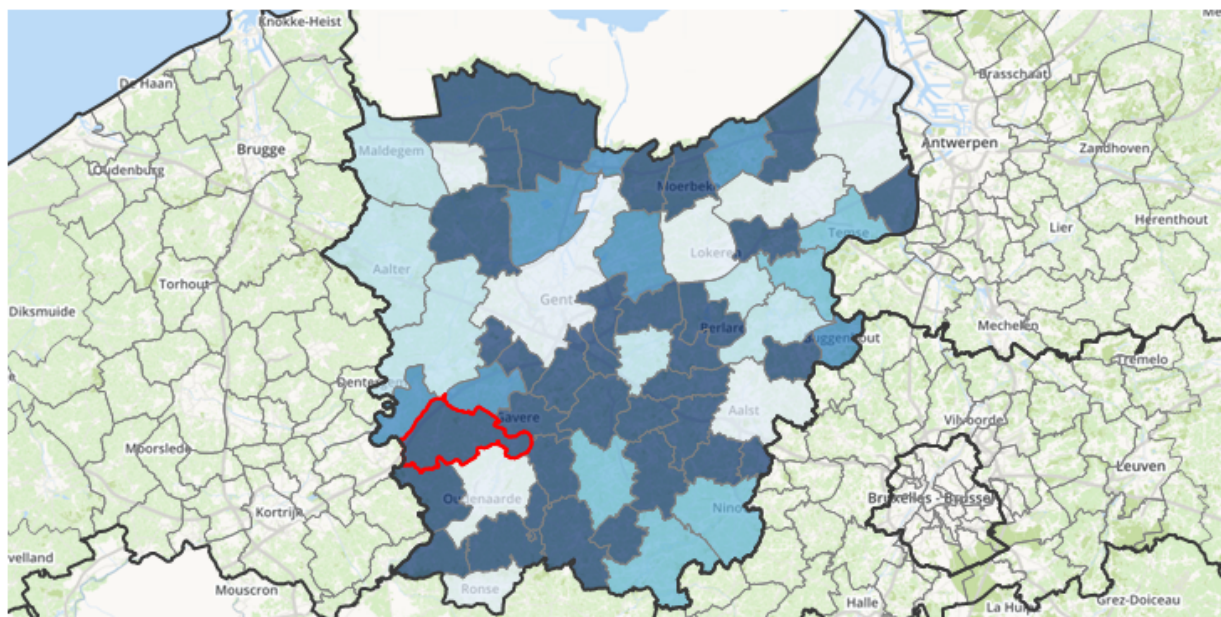


Bron: VAR | provincies.incijfers.be



De uitgaande pendelintensiteit geeft aan in welke mate inwoners van een gemeente elders werkzaam zijn, uitgedrukt als het aandeel loontrekkende inwoners uit de gemeente die in een andere gemeente gaan werken, ten opzichte van de totale loontrekkende bevolking die in de gemeente woont.

Kaart 3 | Uitgaande pendelintensiteit van de gemeenten in Oost-Vlaanderen (2019)



Bron: VAR | provincies.incijfers.be



2. Handelspanden en winkelvloeroppervlakte

In dit hoofdstuk beschouwen we het totale handelsaanbod in de stad of gemeente. De focus ligt op detailhandel. Hiermee bedoelen we de bedrijven of 'winkels' die fysieke goederen aan de eindconsument leveren.

Door functies te verweven en leegstand te beperken, kun je handelskernen verdichten en sterker maken. Ook horeca en winkelleegstand komen daarom aan bod.

De cijfers werden in het veld verzameld door Locatus, een bedrijf dat al ruim 20 jaar een databank bijhoudt over alle commerciële panden en winkelgebieden in de Benelux en ook daarbuiten.

Locatus inventariseert jaarlijks alle verkooppunten in Vlaanderen in de detailhandel, horeca, consumentgerichte diensten en leegstand, evenals hun kenmerken zoals branche en ligging.

Locatus registreert ook de winkelvloeroppervlakte (WVO). Dat is de ruimte van een handelszaak die overdekt, inpandig en verwarmbaar is en zichtbaar en toegankelijk is voor de consument. Dit gebeurt voor detailhandel en voor leegstand. Hoewel de Locatusdatabank de laatste jaren ook WVO-cijfers voor horeca en consumentgerichte diensten beschikbaar heeft, nemen we deze omwille van de beperkte vergelijkbaarheid in de tijd niet of slechts beperkt mee.

2.1 Handelsaanbod

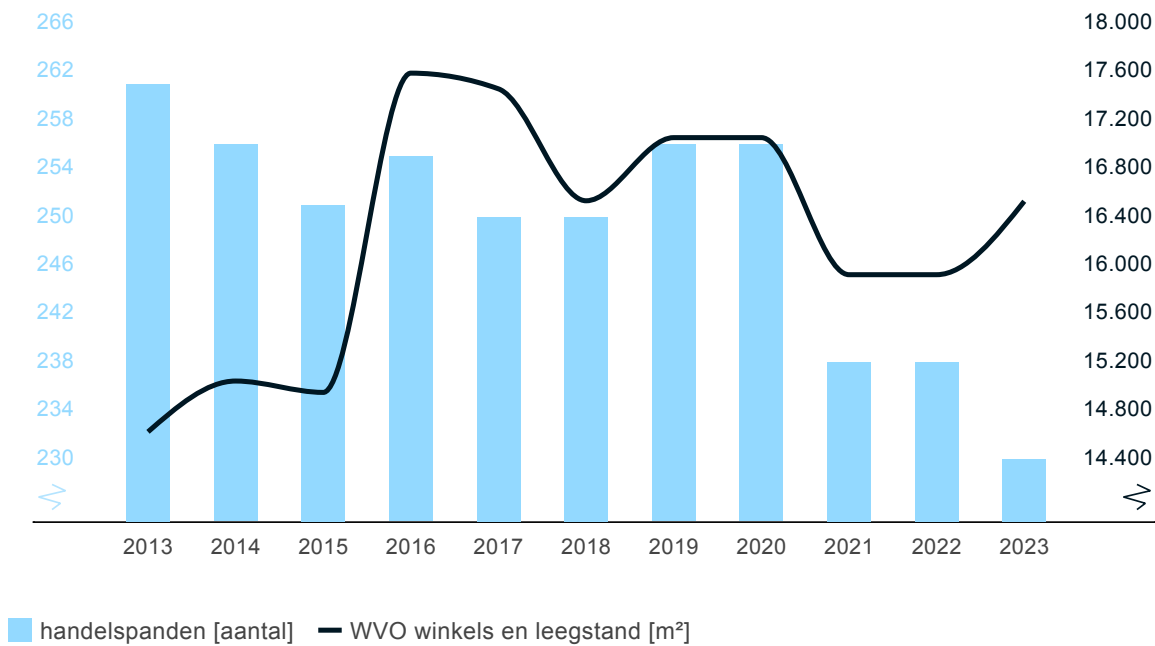
2.1.1 Evolutie van het handelsaanbod

De leegstand van handelspanden is sinds 2008 (of het begin van de tellingen door Locatus) sterk toegenomen in Vlaanderen. Niet alleen in kleine gemeenten, maar ook in de grotere winkelsteden, en dit zowel in winkelpanden alsook bij horeca en commerciële dienstverlening (bankkantoren, kapperszaken, uitzendbureaus, drukwerk, schoenmakers, ...). De coronacrisis heeft deze evolutie nog versterkt, maar de trend was zeker al voordien ingezet. Het toenemende succes van e-commerce speelt een rol. Maar het heeft ook te maken met het feit dat er geen rem staat op bijkomende winkelvloeroppervlakte door toelatingen voor nieuwe baanwinkels of shoppingcentra op perifere locaties. Daartegenover staat dat de vraag naar winkelvloeroppervlakte feitelijk daalt. Het aantal winkeliers dat met pensioen gaat wordt niet gecompenseerd door kinderen die hun ouders opvolgen, of door starters in retail. Ook de grote ketens breiden nog weinig uit in België, want de consument koopt steeds meer online.

Steden en gemeenten hebben de instrumenten in handen om het winkelaanbod te sturen. Vanuit hun bevoegdheid voor ruimtelijke planning en vergunningen hebben ze heel wat opties om de winkelleegstand terug te dringen en het teveel aan winkelvloeroppervlakte structureel aan te pakken.

De provinciale detailhandelscoaches kunnen helpen met de vorming van het beleid waaronder het kernwinkelgebied afbakenen waar handel en ondernemerschap extra ondersteuning krijgt. Contacteer daarvoor [het aanspreekpunt in je provincie](#).

Grafiek 4 | Evolutie handelspanden en winkelvloeroppervlakte in Kruisem (2013-2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Tabel 7 | Evolutie handelspanden en winkelvloeroppervlakte naar invulling of leegstand in Kruisem (2013, 2018 en 2023)

	2013	2018	2023
handelspanden [aantal]	262	251	231
gevulde handelspanden [aantal]	250	241	225
leegstaande handelspanden [aantal]	12	10	6
WVO winkels en leegstand [m²]	14.724	16.634	16.630
WVO: winkels [m²]	13.957	15.071	15.850
WVO: leegstaande handelspanden [m²]	767	1.563	780

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



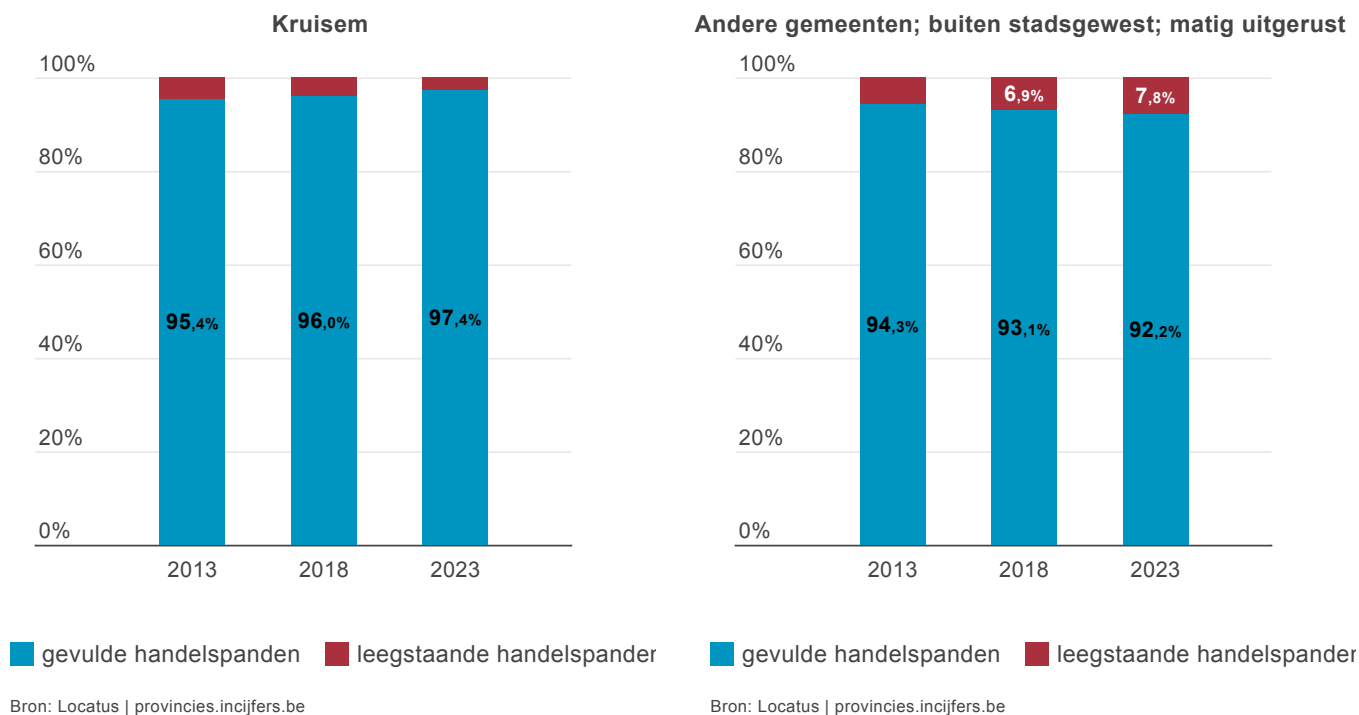
Tabel 8 | Evolutie handelspanden en winkelvloeroppervlakte naar invulling, % t.o.v. totaal in Kruisem (2013, 2018 en 2023)

	2013	2018	2023
gevulde handelspanden (t.o.v. handelspanden)	95,4	96,0	97,4
leegstaande handelspanden (t.o.v. handelspanden)	4,6	4,0	2,6
WVO: winkels (t.o.v. WVO winkels en leegstand)	94,8	90,6	95,3
WVO: leegstaande handelspanden (t.o.v. WVO winkels en leegstand)	5,2	9,4	4,7

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



Grafiek 5 | Evolutie handelspanden naar invulling, % t.o.v. totaal (2013, 2018 en 2023)



2.1.2 Samenstelling van het handelaanbod

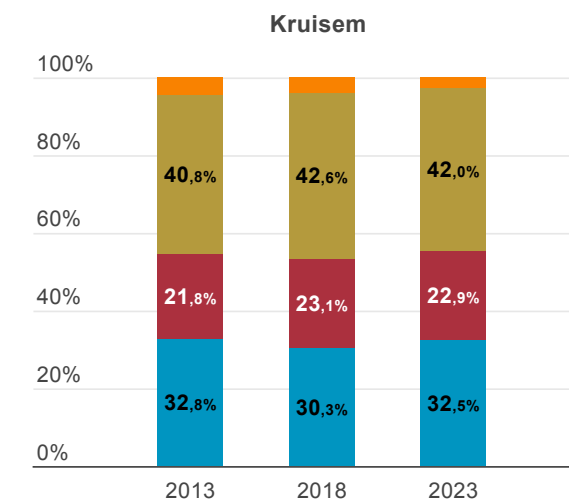
In vitale steden en gemeenten vind je een toegankelijk, aantrekkelijk en gevarieerd aanbod op vlak van wonen, voorzieningen, ontspanning, horeca, cultuur, bedrijvigheid en detailhandel. Deze mix leidt tot een concentratie van mensen, van beweging en daarmee ook beleving. De volgende tabellen en figuren zoomen in op de mix van detailhandel, horeca en consumentgerichte diensten die er is, naast de aanwezigheid van leegstand die afhankelijk van de locatie misschien een andere invulling moet krijgen.

Tabel 9 | Handelspanden en winkelvloeroppervlakte naar type invulling in Kruisem, aantal en % t.o.v. totaal (2023)

	panden (aantal)	% t.o.v. totaal	WVO (m ²)	% t.o.v. totaal
winkels	75	32,5%	15.850	95,3%
horecazaken	53	22,9%	-	-
consumentgerichte diensten	97	42,0%	-	-
leegstaande handelspanden (excl. verbouw)	6	2,6%	780	4,7%
verbouwing	0	0,0%	-	-%
Totaal	231	100%	16.630	100%

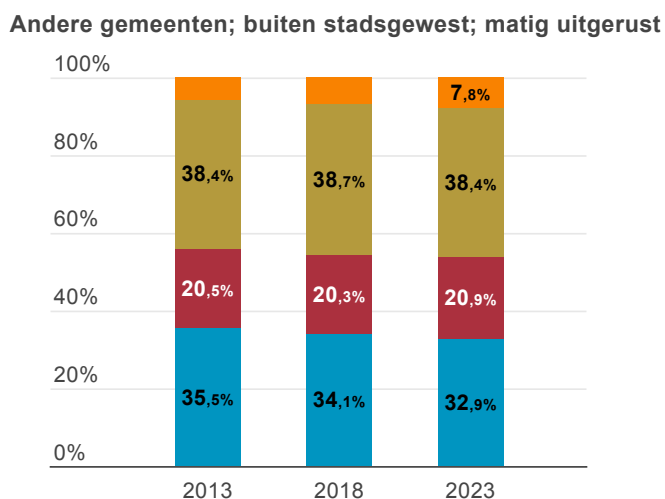
Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Grafiek 6 | Evolutie handelspanden naar type invulling, % t.o.v. totaal (2013, 2018 en 2023)



■ winkels ■ horecazaken
■ consumentgerichte diensten
■ leegstaande handelspanden

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



■ winkels ■ horecazaken
■ consumentgerichte diensten
■ leegstaande handelspanden

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.2 Detailhandel

2.2.1 Evolutie en samenstelling van het detailhandelsaanbod

De diversiteit aan winkels maakt een handelskern veelzijdig en aantrekkelijk. Een evenwicht creëren in het commerciële aanbod is belangrijk om een opeenhoping van soortgelijke handelszaken te voorkomen en de identiteit van het centrum te versterken.

Om te kunnen belichten welke de overvloeden of tekorten zijn, groepeert Locatus verkooppunten in branches, branches in hoofdbranches en die op hun beurt in productgroepen. Voor het rapport detailhandel en voor de Databank van provincies.incijfers.be gebruiken we een alternatieve indeling om de branches van Locatus te clusteren tot hoofdbranches en productgroepen.

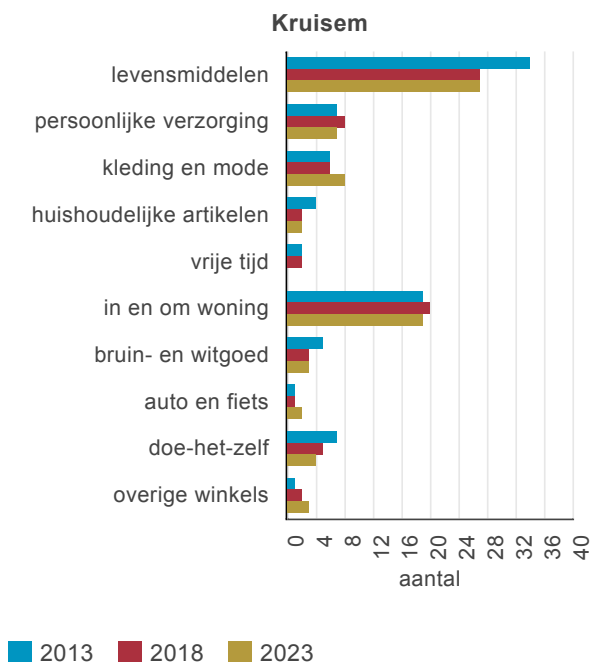
De ontwikkeling van een commerciële strategie is een waardevol instrument om het bestaande aanbod kwalitatief te versterken. Voor begeleiding bij de opmaak van een commercieel strategisch plan, kunnen steden en gemeenten een beroep doen op de detailhandelscoach in hun provincie.

Tabel 10 | Winkels en winkelvloeroppervlakte naar hoofdbranche in Kruisem, aantal en % t.o.v. totaal (2023)

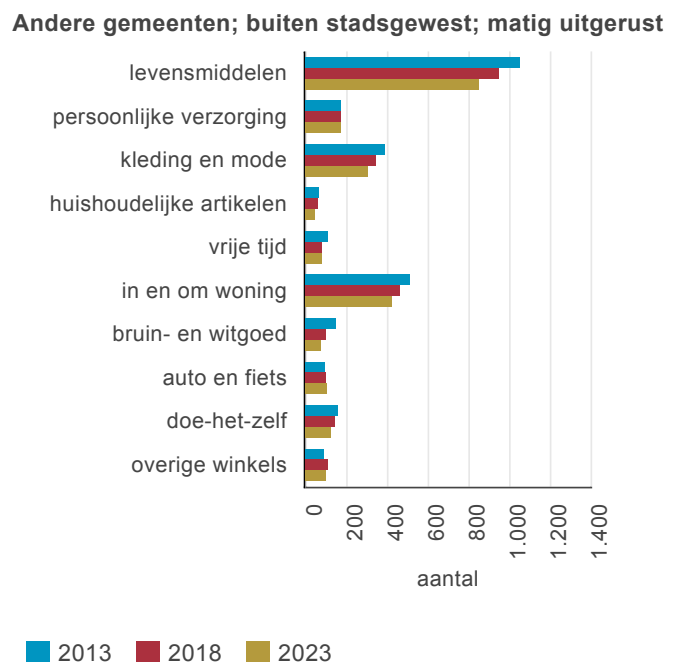
Hoofdbranche	winkels (aantal)	% t.o.v. totaal winkels	WVO (m ²)	% t.o.v. totaal WVO (winkels)
levensmiddelen	27	36,0%	4.398	27,7%
persoonlijke verzorging	7	9,3%	289	1,8%
kleding en mode	8	10,7%	627	4,0%
huishoudelijke artikelen	2	2,7%	115	0,7%
vrije tijd	0	0,0%	0	0,0%
in en om woning	19	25,3%	5.948	37,5%
bruin- en witgoed	3	4,0%	1.075	6,8%
auto en fiets	2	2,7%	155	1,0%
doe-het-zelf	4	5,3%	3.046	19,2%
overige winkels	3	4,0%	197	1,2%
Totaal	75	100%	15.850	100%

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Grafiek 7 | Evolutie winkels naar hoofdbranche (2013, 2018 en 2023)



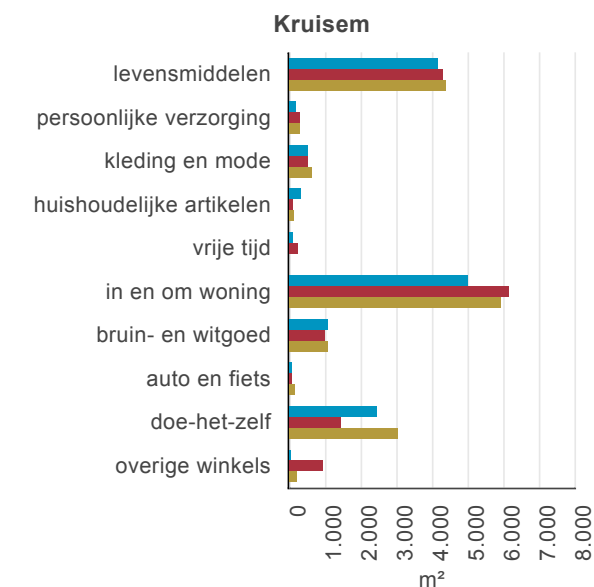
Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

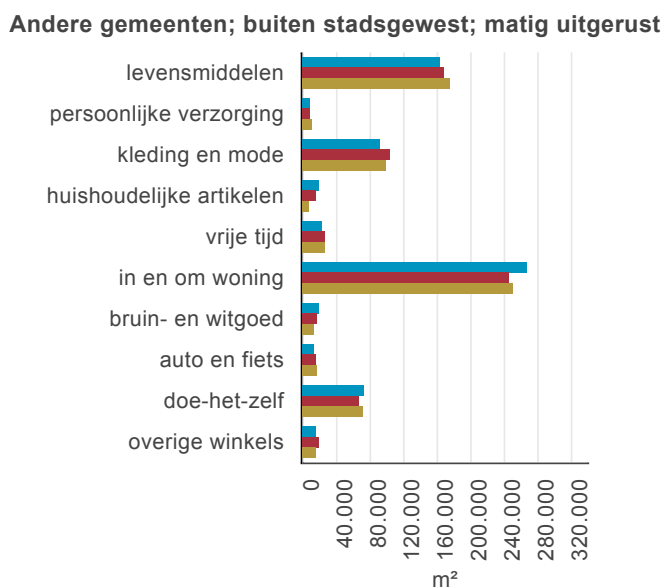


Grafiek 8 | Evolutie winkelvloeroppervlakte naar hoofdbranche (2013, 2018 en 2023)



■ 2013 ■ 2018 ■ 2023

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



■ 2013 ■ 2018 ■ 2023

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.2.2 Detailhandelsaanbod per 1.000 inwoners

Op basis van het aanbod aan handelspanden en winkelvloeroppervlakte per 1.000 inwoners kan je het aanbod in je stad of gemeente vergelijken met andere steden of gemeenten.

Het detailhandelsaanbod per 1.000 inwoners is geen maatstaf voor tekort of overaanbod aan winkels. Wil je de maat van het voorzieningenniveau evalueren, dan moet je ook andere data vergelijken, zoals het totale aanbod en de bevolkingskenmerken in de ruime omgeving.

Voor een bredere analyse kan je beroep doen op [de projectwerking detailhandel in jouw provincie](#).

Tabel 11 | Evolutie winkels en winkelvloeroppervlakte per 1.000 inwoners (2013, 2018 en 2022)

		2013	2018	2022
winkels per 1.000 inwoners [per 1.000]	Kruisem	5,54	4,86	4,91
	Andere gemeenten; buiten stadsgewest; matig uitgerust	6,14	5,47	4,95
	Oost-Vlaanderen	7,95	7,09	6,42
	Vlaams Gewest	7,99	7,05	6,40
WVO: winkels per 1.000 inwoners [m² per 1.000 inwoners]	Kruisem	898,48	963,13	968,08
	Andere gemeenten; buiten stadsgewest; matig uitgerust	1.532,72	1.491,71	1.486,48
	Oost-Vlaanderen	1.781,52	1.744,30	1.681,47
	Vlaams Gewest	1.839,19	1.789,45	1.724,59

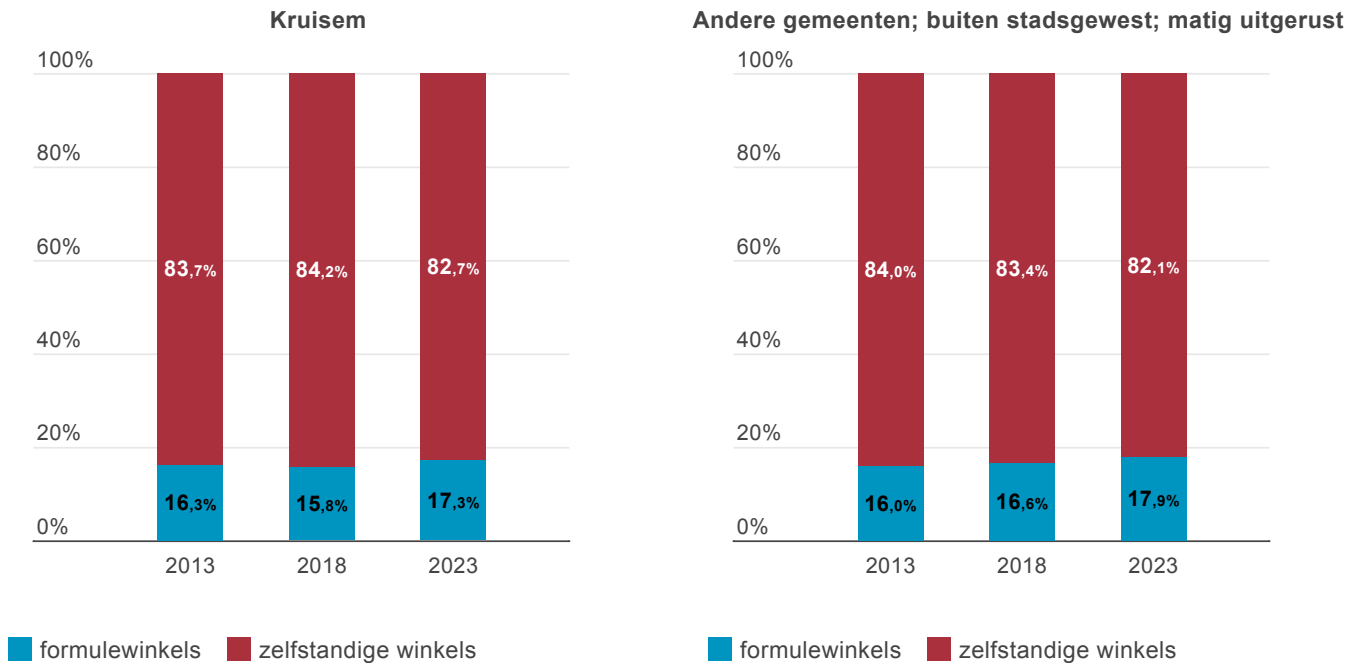
Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.2.3 Verhouding formulewinkels en zelfstandige winkels

De verhouding tussen formulewinkels en zelfstandige winkels geeft de mate van het uniek en onderscheidend aanbod van een stad of gemeente aan. Voor heel Vlaanderen vergroot het aandeel van formulewinkels in de aanbodmix. Dit verklaart deels de stijging van zowel winkelvloeroppervlakte als perifeer aanbod (buiten de kern). Formulewinkels genieten het voordeel van herkenbaarheid gebaseerd op marketinginspanningen op grote schaal. Maar een sterke aanwezigheid van formulewinkels betekent ook dat winkelgebieden, vanuit het oogpunt van de consument, nagenoeg inwisselbaar zijn met elkaar.

Grafiek 9 | Evolutie formulewinkels en zelfstandige winkels, % t.o.v. totaal (2013, 2018 en 2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.2.4 Detailhandelsaanbod naar type winkelgebied

Detailhandel kent vele verschijningsvormen en komt op verschillende types van locaties voor.

Locatus clustert verkooppunten in winkelgebieden. Er zijn twee niveaus van winkelgebiedstypes om de locatie en eigenschappen in kaart te brengen. Op het hoogste niveau is er een onderscheid tussen:

- **Centraal winkelgebied:** het centraal winkelgebied is het belangrijkste winkelgebied van een stad of gemeente en ligt meestal in de kern.
- **Ondersteunend winkelgebied:** een winkelgebied dat ondergeschikt is aan het centraal winkelgebied en dit op verschillende vlakken ondersteunt. Voorbeelden zijn aanloopstraten naar het centrale winkelgebied.
- **Overig gebied:** deze categorie staat voor planmatig ontwikkeld gebied. Dit zijn aanbodclusters die niet op een organische wijze zijn ontstaan, maar werden ingepland, zoals shoppingcenters.
- **Verspreide bewinkeling:** een indeling waarin alle handelspanden worden ondergebracht die geen ruimtelijke samenhang vertonen en als het ware zijn uitgespreid over het grondgebied. Ze maken geen deel uit van een winkelgebied.

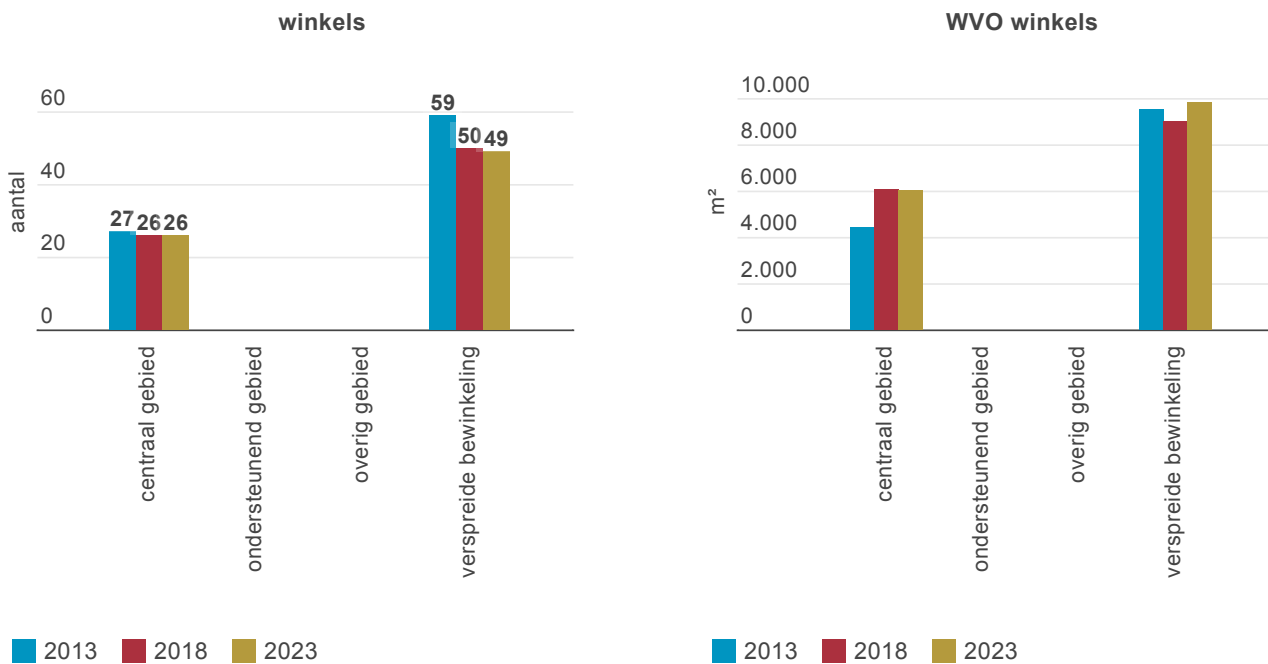
Soms zien we een verschuiving van winkels in de kern naar de rand van de gemeente, of stellen we vast dat heel wat winkelvastgoed op perifere locaties werd bijgebouwd. De provincies stippen kernversterking aan als basis voor vitale steden en gemeenten en dringen aan op een selectief locatiebeleid voor nieuw aanbodbeleid in combinatie met het herstructureren van detailhandel binnen bestaande winkelzones. De

zeven krachtlijnen voor een dynamisch detailhandelsbeleid en gezonde handelskernen zijn gebundeld in de Interprovinciale Visie Detailhandel.

Kaart 4 | Kaart met de winkelgebieden in Kruiseem (2023)



Grafiek 10 | Evolutie winkels en winkelvloeroppervlakte naar type winkelgebied in Kruiseem (2013, 2018 en 2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

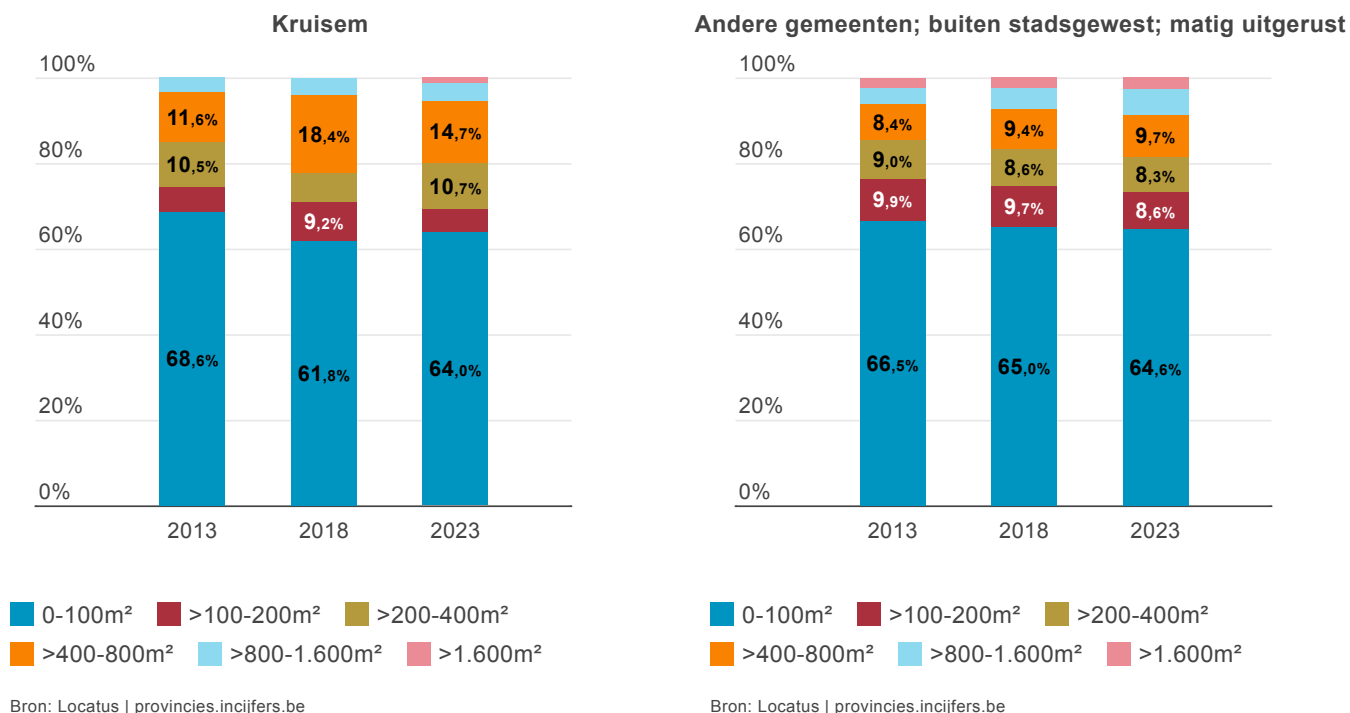
Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.2.5 Grootte van de winkelpanden

De opkomst van formulewinkels leidde er toe dat de gemiddelde winkel in Vlaanderen groter is geworden.

Grafiek 11 | Evolutie winkels naar WVO-klasse, % t.o.v. totaal (2013, 2018 en 2023) van het pand



2.3 Supermarkten

Een supermarkt is een relatief grote zelfbedieningswinkel waar algemene levensmiddelen worden verkocht (groenten, vlees, fruit, brood, ...). Daarnaast is er een additioneel assortiment van non-food artikelen (vuilniszakjes, waspoeder, ...).

Naargelang de winkelvloeroppervlakte maakt Locatus een onderscheid tussen minisupers (minder dan 150 m² winkelvloeroppervlakte) en supermarkten (150 m² of meer). In dit hoofdstuk kijken we enkel naar de zelfbedieningswinkels van 150 m² of meer. Vestigingen die kleiner zijn dan 150 m² worden meegeteld in het geval ze tot een supermarktformule behoren. Voor gegevens over het aantal minisupers kunnen we verwijzen naar de ruimere set van gegevens in de [Databank](#) van provincies.incijfers.be.

De grote schaal van supermarkten oefent economische druk uit op toeleveranciers en op kleine winkeliers. Door de opkomst van de supermarkten is de kruidenierszaak nagenoeg verdwenen. Het is ook de reden voor de toegenomen afhankelijkheid onder de klanten van hun auto.

Het gemiddeld aantal inwoners dat één supermarkt gemiddeld bedient is in Vlaanderen aan het dalen. Op een relatief kleine ruimte, is er in 2021 nagenoeg voor elke **2.974** inwoners een supermarkt (in 2018 waren dit **3.088** inwoners per supermarkt). Dit maakt de markt in Vlaanderen bijzonder druk bezet. Het zijn voornamelijk grootschalige supermarkten die nog steeds een sterke groei kennen. De meer burgergerichte supermarkten met een kleinere winkelvloeroppervlakte (minder dan 400m²) nemen slechts in beperkte mate toe.

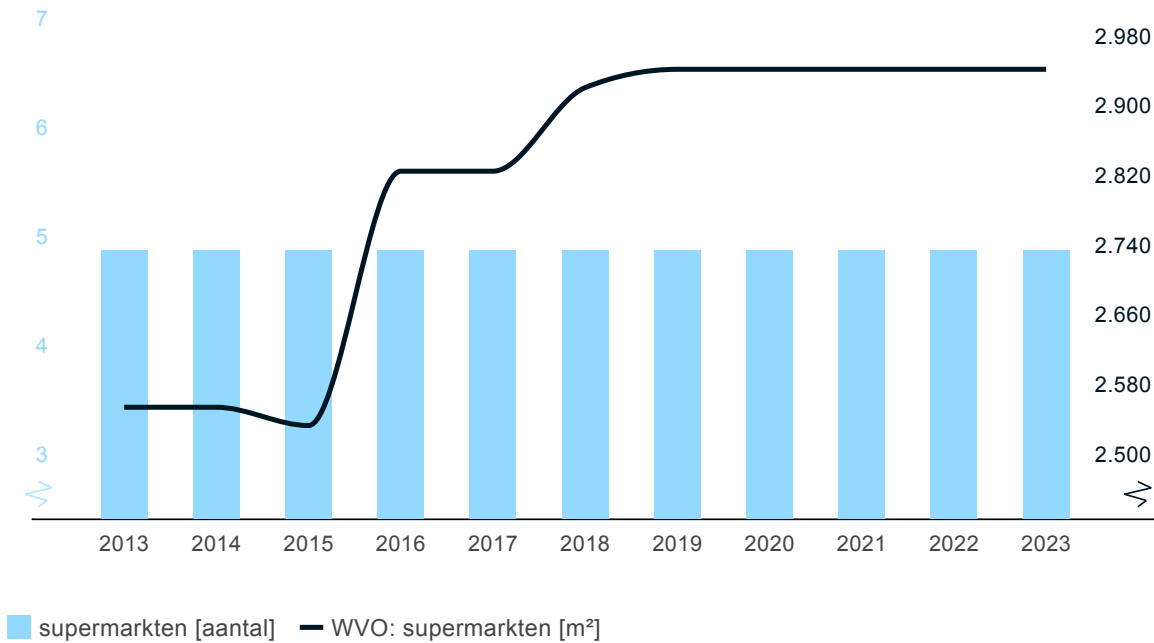
87,5% van de supermarkten in het Vlaams Gewest en **-%** van de supermarkten in het Brussels Gewest behoort tot een formule (of is een zelfstandig filiaal ervan). Meer dan twee derden van het marktaandeel wordt verdeeld onder slechts drie ketens, namelijk Colruyt, Ahold Delhaize en Carrefour Belgium. Bekende hard discounters zoals Aldi en Lidl vervolledigen de top 5 in België.

Rentevoeten en kosten stijgen, marges blijven krimpen en gemeenten worden kritischer. Verschuivingen onder bestaande formules zijn onvermijdelijk en worden versterkt door nieuwe spelers op zoek naar marktaandeel.

Het online boodschappen doen is bij een bredere groep consumenten vertrouwd geraakt, ook voor voeding en levensmiddelen. Klanten beschouwen dit online aanbod als een bijkomende dienstverlening voor de klassieke supermarkt. Investerings op maat van deze doelgroep zijn noodzakelijk zoals ruimte voor voldoende afhaalpunten en online bestelplatformen. Online versmarkten en leveranciers van maaltijdboxen bieden alternatieven met concurrentiële prijzen en snelle leveringen aan huis.

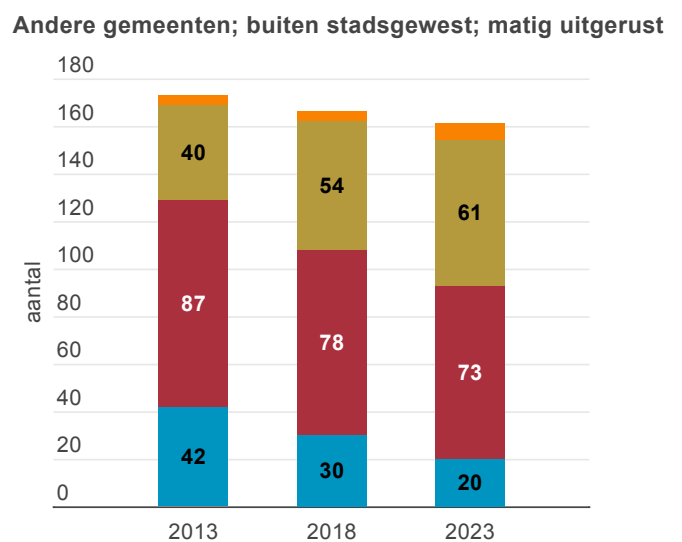
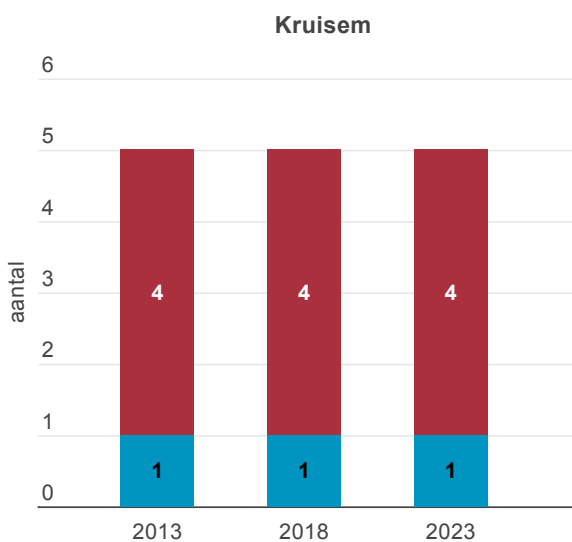
Voor meer informatie in verband met het supermarktaanbod in je stad of gemeente, kan je contact opnemen met [het aanspreekpunt in je provincie](#).

Grafiek 12 | Evolutie supermarkten en winkelvloerooppervlakte supermarkten in Kruisem (2013-2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Grafiek 13 | Evolutie supermarkten naar WVO-klasse (2013, 2018 en 2023)



0-400m² >400-800m² >800-1.600m² >1.600m²

0-400m² >400-800m² >800-1.600m² >1.600m²

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.4 Horeca

Horeca beïnvloedt in grote mate de sfeer en het straatbeeld in een stad of gemeente. De mogelijkheid om tijdens een winkelbezoek ook te kunnen genieten van een hapje of een drankje zorgt voor een opwaardering van dat bezoek en dus ook van het winkelbezoek in kwestie. Zodoende is horeca niet alleen van belang voor het sociale weefsel in een stad of gemeente, het zal ook bepalend zijn voor het economisch weefsel van een stad of gemeente.

De cijfers over horeca in het rapport detailhandel geven het aantal panden, de evolutie en het type weer.

Vanaf dit jaar zullen daar ook de winkelvloeroppervlakte voor horeca aan toegevoegd worden. Sinds 2021 is de WVO van de verschillende types horeca geïnteriseerd. Belangrijk hierbij is dat deze cijfers net zoals de andere WVO-cijfers in dit rapport gebonden zijn aan de inventarisatieregels van Locatus. Concreet wil dit zeggen dat zaken zoals terrassen niet opgenomen worden en dat voor bv. alle hotels zonder een restaurant 'fixed' oppervlaktes bepaald worden, ongeacht de werkelijke winkelvloeroppervlakte of het aantal verdiepingen. De WVO-cijfers voor horeca moeten beschouwd worden als het minimum aan oppervlakte dat deze handelszaken innemen.

2.4.1 Evolutie en samenstelling van horeca

De indeling in verschillende types horeca is gebaseerd op de indeling van Horeca Vlaanderen, maar ook op de wijze waarop Locatus deze zaken in kaart brengt. Daarbij hanteren zij een mix van factoren: invulling of concept van de zaak, karakter en de meerwaarde voor de verblijfsduur in de winkelgebieden.

Tabel 12 | Evolutie horecazaken naar type in Kruisem (2013, 2018 en 2023)

	2013	2018	2023
verblijf	1	2	2
eetgelegenheden	31	30	27
afhaalmaaltijden	1	2	2
koffie en dessert	0	0	2
drankgelegenheden	23	21	16
overige horeca	1	3	4
Totaal	57	58	53

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



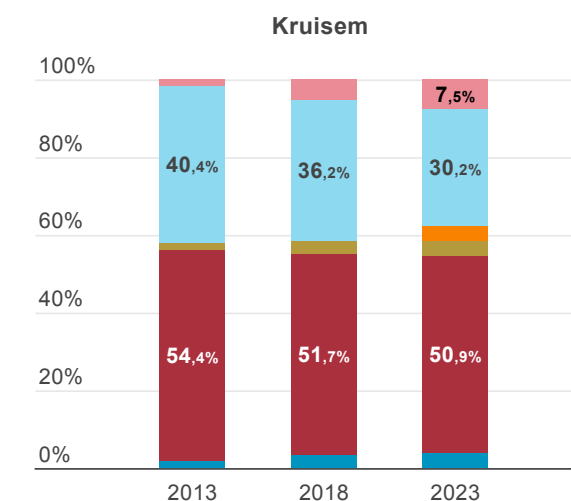
Tabel 13 | Evolutie winkelvloeroppervlakte (in m²) naar type horeca in Kruisem (2021, 2022 en 2023)

	2021	2022	2023
verblijf	395	395	395
eetgelegenheden	2.829	2.829	2.809
afhaalmaaltijden	60	60	65
koffie en dessert	115	115	125
drankgelegenheden	1.210	1.210	1.155
overige horeca	1.080	1.080	1.110
Totaal	5.689	5.689	5.659

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

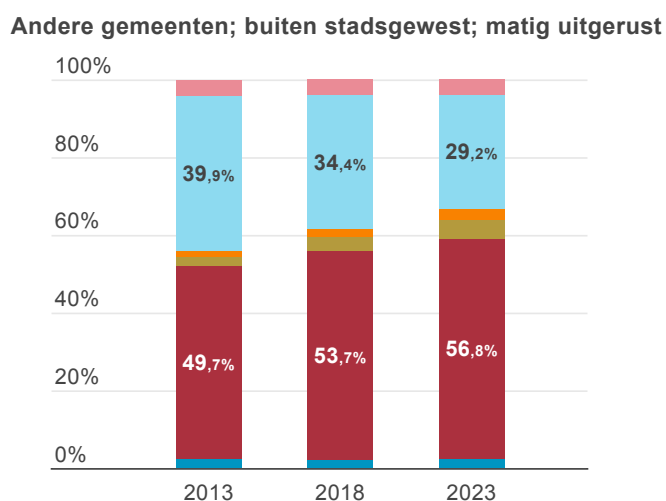


Grafiek 14 | Evolutie horecazaken naar type, % t.o.v. totaal (2013, 2018 en 2023)



■ verblijf
 ■ eetgelegenheden
 ■ afhaalmaaltijden
■ koffie en dessert
 ■ drankgelegenheden
■ overige horeca

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



■ verblijf
 ■ eetgelegenheden
 ■ afhaalmaaltijden
■ koffie en dessert
 ■ drankgelegenheden
■ overige horeca

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.4.2 Horecadensiteit

De horecadensiteit drukt het aantal horecavestigingen per 1.000 inwoners uit. Vooral gemeenten waar relatief veel toeristen komen, hebben relatief veel horeca. De horeca omvat zowel logiesverstrekking (zoals hotels, campings, vakantiehuizen) als eet- en drinkgelegenheden (zoals cafés, restaurants, snackbars of cateraars).

Tabel 14 | Evolutie horecazaken per 1.000 inwoners (2013, 2018 en 2022)

	2013	2018	2022
Kruisem	3,67	3,71	3,27
Andere gemeenten; buiten stadsgewest; matig uitgerust	3,54	3,25	3,17
Oost-Vlaanderen	4,06	3,80	3,65
Vlaams Gewest	4,17	3,92	3,83

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.5 Leegstand

Leegstand is een fenomeen dat in Vlaanderen voornamelijk opduikt in de centrale winkelkernen ten gevolge van wijzigende trends en evoluties in het detailhandelslandschap.

Het totale aanbod winkelvastgoed is de laatste decennia fors uitgebreid en nieuwe ontwikkelingen gebeurden vaker buiten de stads- en dorpskernen. De consument, die vaak verspreid in de verkavelingen woont, nam vaker de auto en kon door deze toegenomen mobiliteit kiezen uit een groter aantal winkelgebieden.

E-commerce is een recenter fenomeen dat een eindeloos aanbod aan producten tot bij de consument thuis brengt. Keuze en comfort spelen hierbij een belangrijker rol dan enkel de prijs.

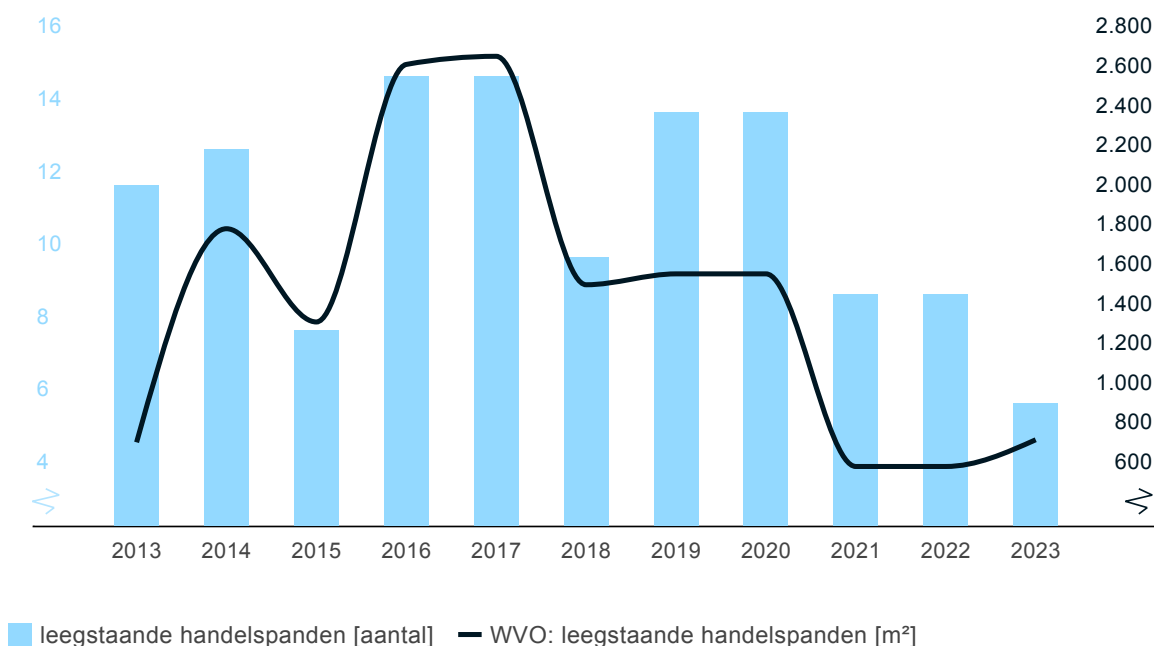
Samen zorgen voorgaande evoluties voor een dalende vloerproductiviteit: een daling van de opbrengsten per m² winkelvloeroppervlakte. Een daling van de vloerproductiviteit tot onder een economisch houdbaar niveau zorgt voor een winkelsluiting, en dus leegstand.

De leegstand en eventuele verloedering die deze met zich meebrengt, hebben een negatieve uitstraling op de stad of gemeente. Om de leegstand aan te pakken hebben de betrokken partijen een aantal instrumenten ter beschikking. Voor meer informatie in verband met de opties voor het terugdringen van winkelleegstand, contacteer [het aanspreekpunt in je provincie](#).

2.5.1 Evolutie van de leegstand

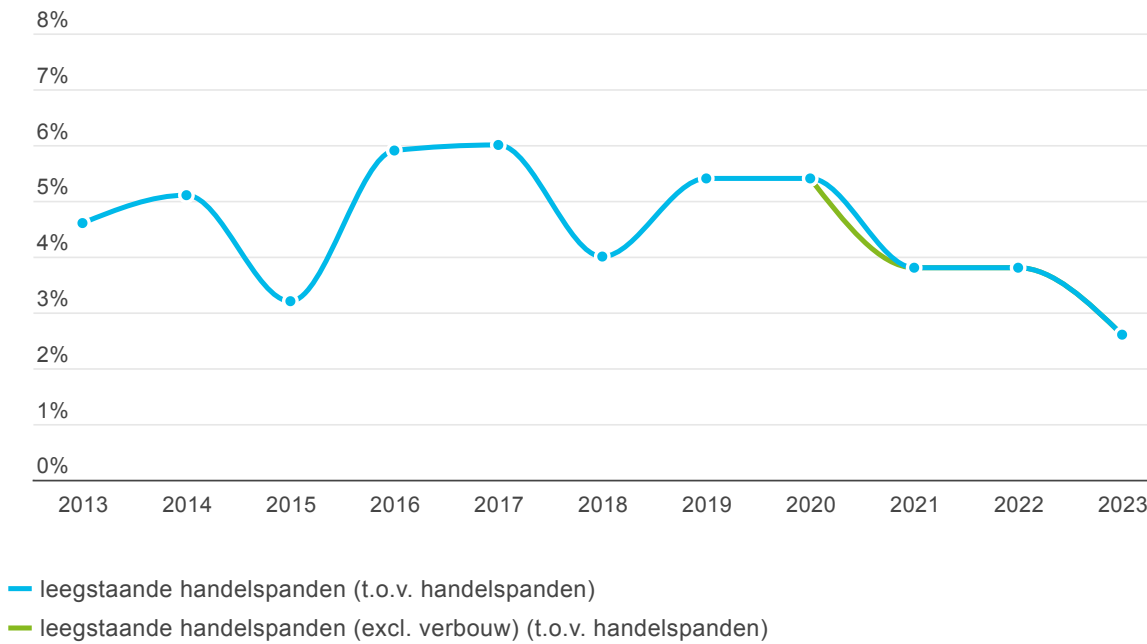
De onderstaande grafiek maakt geen onderscheid tussen handelspanden in verbouwing en andere leegstand. Pas vanaf 2020 kan dit onderscheid worden gemaakt.

Grafiek 15 | Evolutie aantal en winkelvloeroppervlakte leegstaande handelspanden in Kruisem (2013-2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Grafiek 16 | Evolutie leegstaande handelspanden en leegstaande handelspanden excl. verbouw in Kruisem, % t.o.v. totaal (2013-2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.5.2 Duurtijd van de leegstand

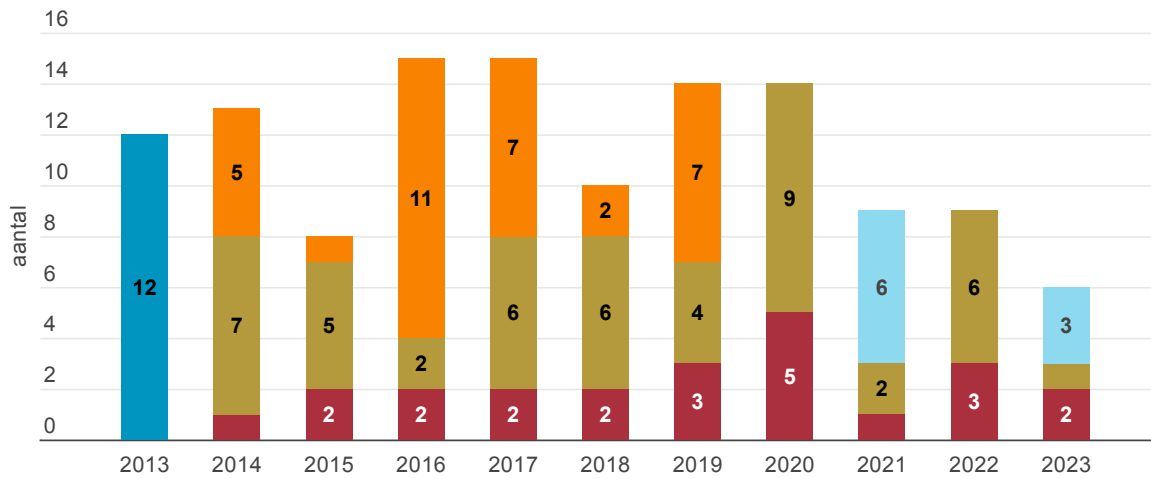
Het is belangrijk om leegstand te analyseren volgens de duurtijd dat het pand leeg staat.

Panden die langdurig (één tot drie jaar) of structureel (meer dan drie jaar) leeg staan vragen om gerichte maatregelen. Naargelang de ligging zijn aangepaste ingrepen mogelijk. Voor leegstand buiten de kernen bijvoorbeeld, kan onderzocht worden of een alternatieve invulling geen duurzamere oplossing biedt.

Kortlopende leegstand (minder dan één jaar) - ook wel frictieleegstand genoemd - is vaak een tijdelijk fenomeen, bijvoorbeeld bij verbouwwerken.

Vanaf 2020 kunnen we het onderscheid tussen verbouwwerken en frictieleegstand maken. Frictieleegstand is vrij normaal bij een sterk evoluerende markt en zelfs nuttig: het laat vernieuwing en verschuivingen toe.

Grafiek 17 | Evolutie leegstaande handelspanden per type leegstand in Kruisem (2013-2023)



■ leegstandsduur ongedefinieerd (t/m 2013)
 ■ structurele leegstand (meer dan 3 jaar)
 ■ langdurige leegstand (1 tot 3 jaar)
 ■ aanvangs- en frictieleegstand (incl.verbouw) (2014-2019)
 ■ aanvangs- en frictieleegstand (minder dan 1 jaar)
 ■ verbouw

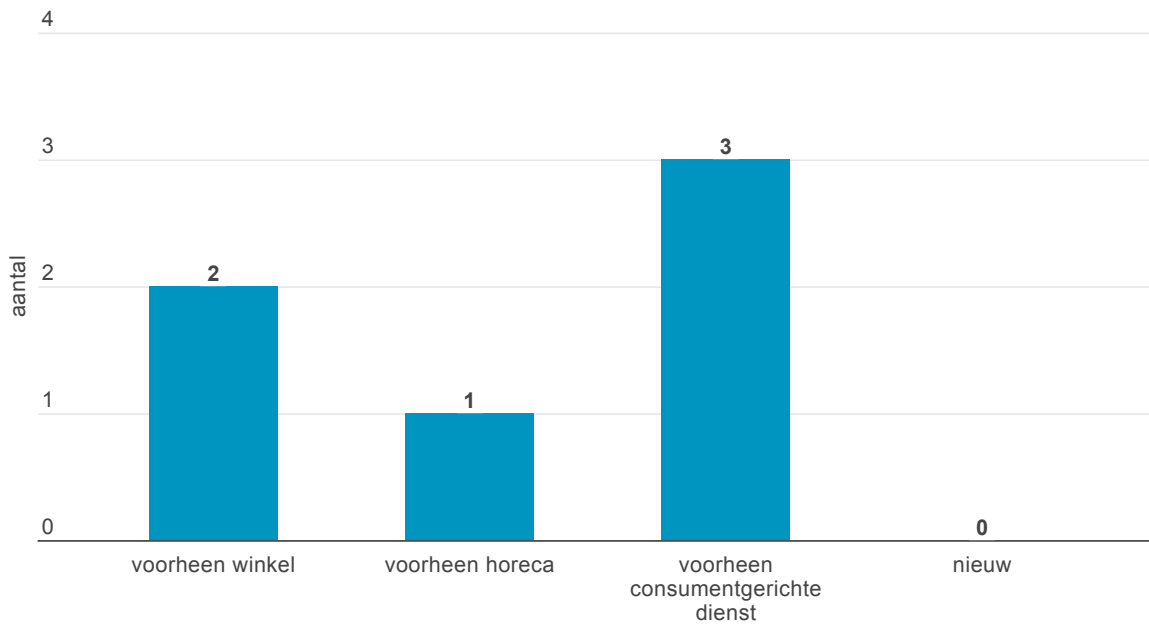
Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.5.3 Laatste invulling van de leegstand

Niet elk handelspand dat leegstaat was voorheen een winkel. Deze kan vooraf een horecazaak geweest zijn, of een consumentgerichte dienst, of is ontstaan met een nieuwbouw of vanuit een functie-wijziging (voorheen bijvoorbeeld een woonhuis). Het is belangrijk om dit onderscheid te maken in het kader van de kans op een succesvolle herinvulling. De onderstaande tabel splitst de leegstand uit in functie van de laatste invulling (niet-leegstand). Voor leegstaande handelspanden die in verbouwing staan, ontbreekt deze info. Ook het leegstandspercentage kan op die manier opgedeeld en genuanceerd worden in zijn verschillende componenten.

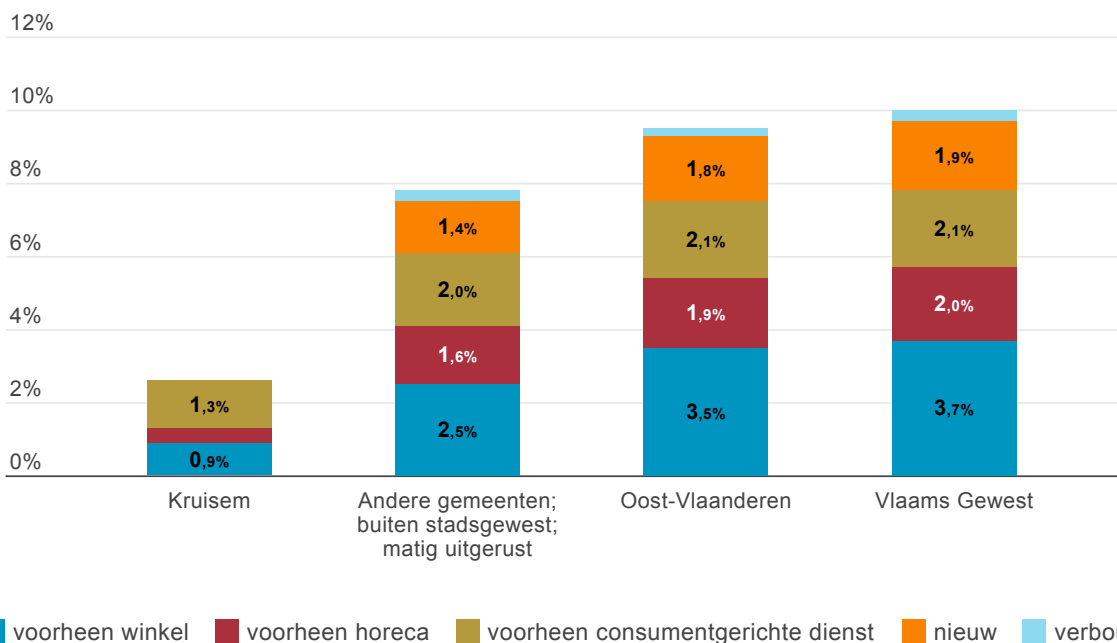
Grafiek 18 | Leegstaande handelspanden (excl. verbouw) naar laatste invulling in Kruisem (2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



Grafiek 19 | Leegstaande handelspanden naar laatste invulling, % t.o.v. totaal handelspanden (2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



2.6 Kernwinkelgebied

Steden en gemeenten kunnen in het kader van hun detailhandelsbeleid een kernwinkelgebied (KWG) afbakenen. Dit begrip maakt deel uit van het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (DIHB) en kadert in een kernversterkend beleid. Binnen het kernwinkelgebied voert een stads- of gemeentebestuur een specifiek beleid dat de handelaars ondersteunt en detailhandel toelaat en stimuleert.

Er is geen informatie beschikbaar voor de afbakening van het kernwinkelgebied in Kruisem. Is deze informatie niet correct, of wens je een afbakening op te maken? Neem dan contact op met het team detailhandel van je provincie.

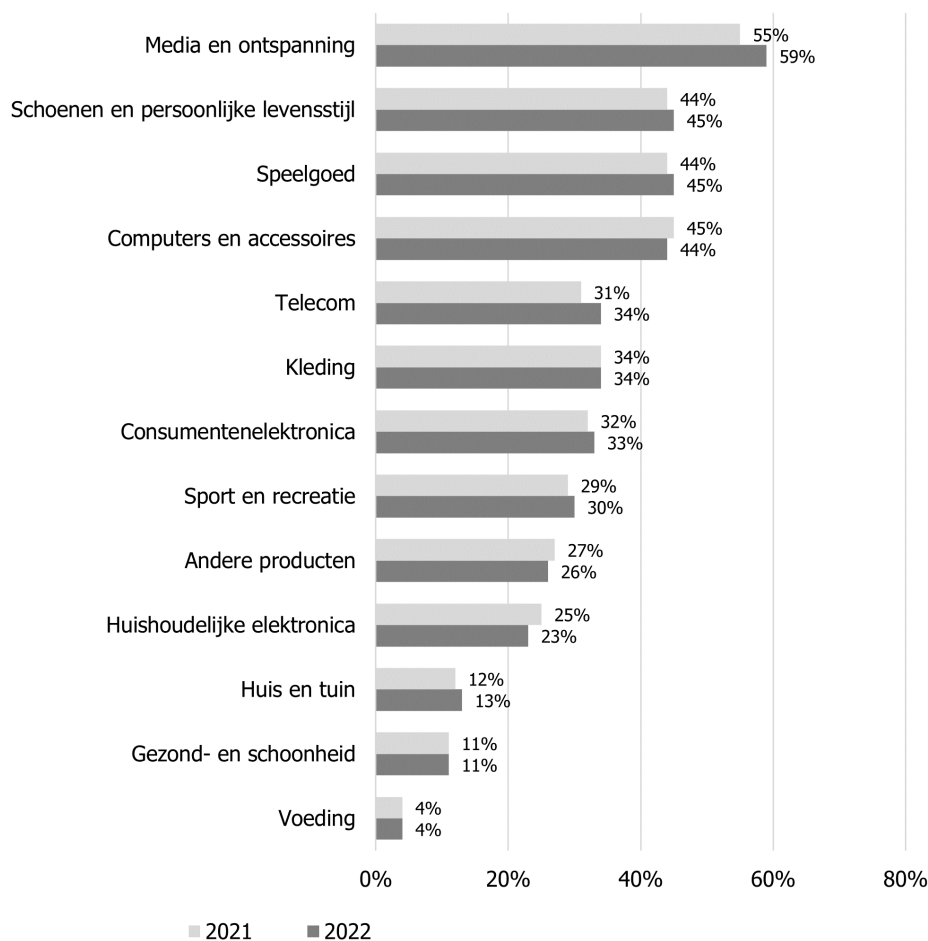
3. E-commerce

Nieuw aan deze jaargang van het rapport detailhandel is het thema e-commerce of de digitale handel. Via rapporten aangekocht bij de Belgische sectorverenigingen BeCommerce (BeCommerce Market Monitor en BeCommerce Shopping 100) en SafeShops.be (die begin 2023 zijn gefusioneerd) beschikken we over data uit marktonderzoek van Growth for Knowledge (GfK) over de online bestedingen en webshops in België. De data achter deze rapporten bestaan uit een combinatie van consumentendata, inzichten uit de retail en consumentenbevragingen. Deze gegevens zijn op Belgisch en gewestelijk niveau (voor de webshops ook op provinciaal niveau) en zitten niet in de databank van provincies.incijfers.be.

In e-commerce is de webshop het centrale verkoopplatform. Er zijn vier traditionele soorten e-commerce: B2C (Business-to-Consumer), B2B (Business-to-Business), C2B (Consumer-to-Business) en C2C (Consumer-to-Consumer). We focussen op het B2C-segment.

De hedendaagse consument koopt steeds meer online. In 2022 vond 24% van alle Vlaamse bestedingen via een webwinkel plaats. De aankoop van diensten (zoals verzekeringen, reizen, publiek en privaat transport, tickets voor attracties en events) zit voor 68% in het online segment. De aankoop van producten verloopt voor 15% online, met een grote variatie: gaande van 4% van de bestedingen voor voeding tot 59% voor media en entertainment.

Grafiek 20 | Evolutie online bestedingen in Vlaanderen, % t.o.v. totaal bestedingen per marktsegment voor producten (2021 en 2022)



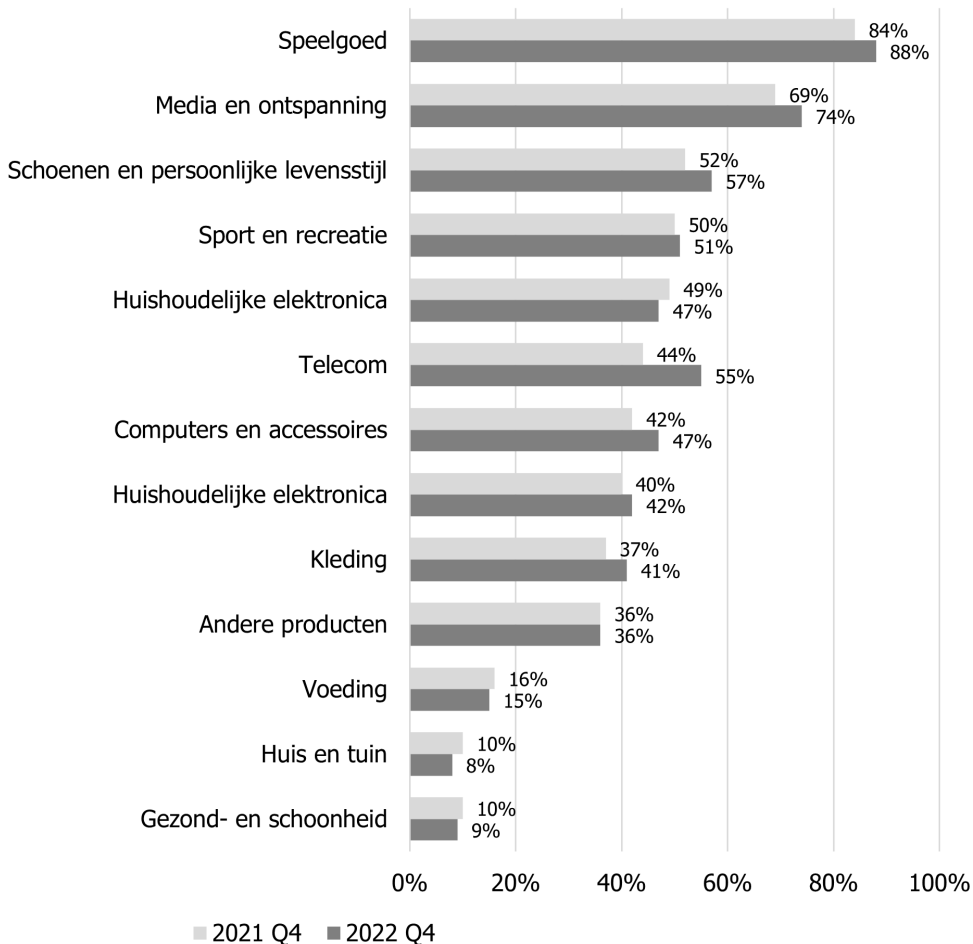
Bron: BeCommerce en SafeShops.be

In het laatste kwartaal van 2022 deed 78% van de Belgen van 15 jaar en ouder minimum één aankoop online. Uit het onderzoek van GfK blijkt dat Belgische online shoppers vaker in een vierpersoonshuishouden leven en behoren tot een hogere sociale klasse. Er is geen significant verschil in

gender: 49% van de online kopers is man tegenover 51% vrouwen. Personen van 65 jaar en ouder, uit de laagste sociale klassen, wonend in een éénpersoonshuishouden of singles van 34 jaar en ouder kopen ondergemiddeld online.

Een online consument doet gemiddeld 20 aankopen per jaar (cijfer 2022) en besteedt gemiddeld 86 euro per online aankoop. Op jaarbasis geeft een consument die online koopt gemiddeld 1.730 euro in webwinkels uit. Bepaalde productsegmenten springen er sterk uit. Bv. speelgoed: 88% van alle kopers in Vlaanderen in dit marktsegment kocht speelgoed online (cijfers vierde kwartaal van 2022).

Grafiek 21 | Evolutie online consumenten in Vlaanderen, % t.o.v. alle consumenten per marktsegment voor producten (2021 Q4 en 2022 Q4)



Bron: BeCommerce en SafeShops.be

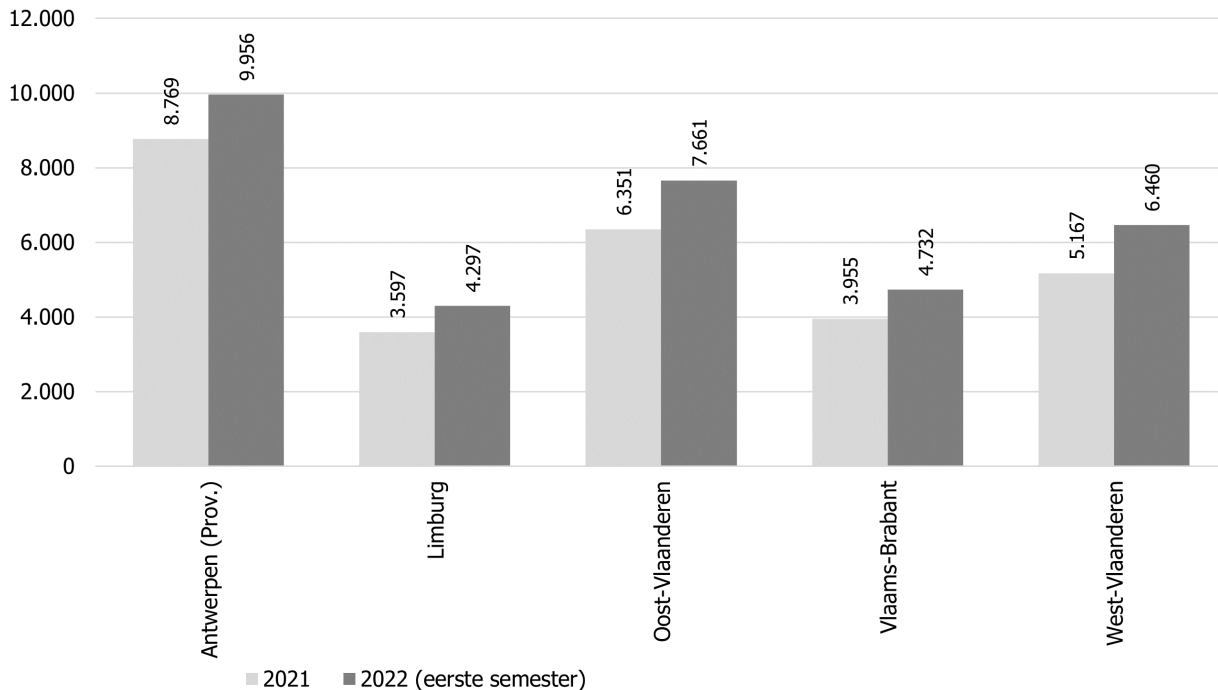
Consumenten krijgen steeds meer vertrouwen in het online aankopen. Dat valt op uit twee zaken. Ten eerste zien we dat consumenten zich ook voor producten die relatief duur en omvangrijk zijn (zoals consumentenelektronica en telecommunicatie) meer en meer naar het internet gaan verplaatsen. Ten tweede blijkt dat ook na corona 4% van alle bestedingen voor voeding in Vlaanderen naar het online segment gaat. 15% van de Vlamingen die voeding kopen, koopt voeding (ook) online.

Logischerwijze heeft dit een impact op de fysieke markt. In toenemende mate zoeken retailers in alle productcategorieën een balans tussen offline en online wat heeft geleid tot een groeiend aantal ondernemers en winkeliers die kiezen voor de omnichannel benadering. Namelijk verschillend kanalen die goed op elkaar afgestemd zijn, elkaar aanvullen en versterken.

Bakstenen winkels en webshops vullen elkaar aan, in twee richtingen. Fysieke winkels vergroten hun bereik en verkoop met een webwinkel. Het omgekeerde gebeurt ook. Bedrijven die eerst online starten (wat jonge ondernemers de mogelijkheid geeft om hun innovatieve ideeën uit te bouwen met een kleiner kapitaal), en die na een aantal jaar een bakstenen (belevings)winkel openen waarmee ze het online verkoopkanaal een persoonlijk gezicht geven.

Tussen 2018 en 2022 is het aantal Belgische webwinkels meer dan verdubbeld: van 24.254 in 2018 naar 53.273 in het eerste semester van 2022. Bijna de helft van deze webwinkels valt onder retail. De groei gaat de laatste jaren bijzonder hard: in 2022 is bijna één derde van de webshops jonger dan vijf jaar (31% is opgericht in de laatste vijf jaar). 33.106 webshops op de Belgische markt hebben hun hoofdzetel in Vlaanderen. Op één jaar tijd (tussen 2021 en 2022) is hun aantal toegenomen met 18,9%. 3 op de 10 Vlaamse webwinkels heeft zijn hoofdzetel in de provincie Antwerpen. De sterkste groei van het aantal webwinkels was er in West-Vlaanderen (+25%).

Grafiek 22 | Evolutie webshops naar hoofdzetel in Vlaanderen (2021 en eerste semester 2022)



Bron: BeCommerce en Safeshops.be

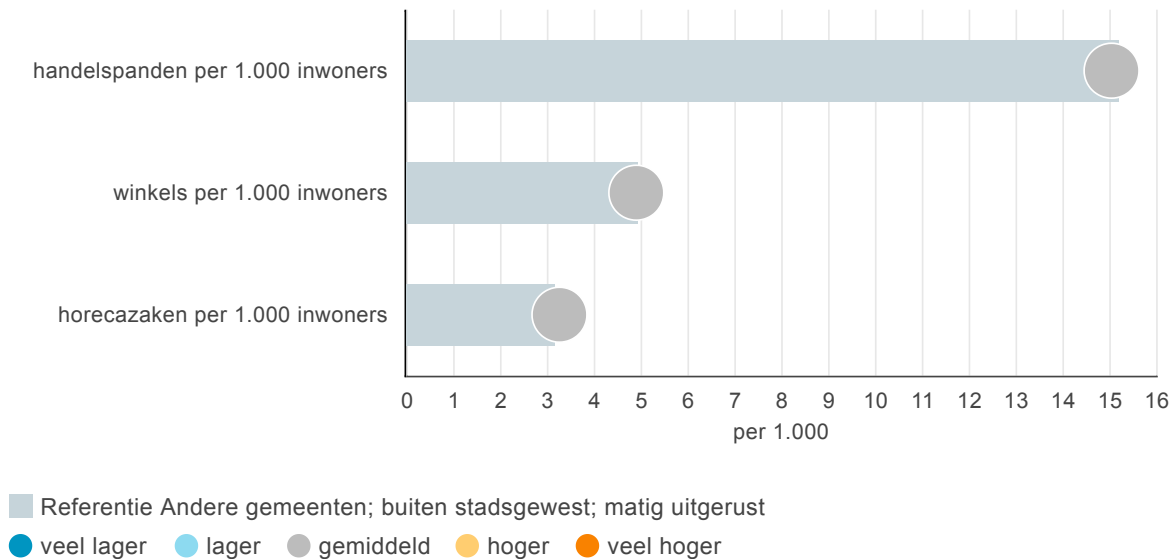
De winkel van de toekomst kleurt hybride. De hedendaagse consument koopt steeds meer online, maar is wispelturig en laat zich niet meer binden aan één manier van kopen of consumeren. Onder impuls van de coronapandemie en bijhorende lockdowns is de online consumptie in een stroomversnelling gekomen. Met de sluiting van de fysieke winkel waren consumenten noodgedwongen aangewezen op de webshops. Maar parallel aan deze groei zagen we ook een groei in de nabijheidseconomie. Het lokale (fysieke) aanbod werd meer verkend en ook meer geapprecieerd. In een tijd van digitalisering wordt persoonlijk contact ook steeds meer gewaardeerd. In een hybride setting, waar offline en online in elkaar overlopen, wordt het beste van twee werelden gecombineerd. Het is voor de retailer vaak dé manier om de band met klanten verder aan te halen.

Voor de begeleiding van zelfstandige handelaars naar een hybride winkel, kunnen steden en gemeenten een beroep doen op de detailhandelscoach in hun provincie.

4. Samengevat

Deze laatste grafieken tonen aan de hand van profielstaven aan in welke mate het percentage van enkele kenmerken in **Kruisem** (gekleurde bol) afwijkt van het percentage van het vergelijkingsgebied (**Andere gemeenten; buiten stadsgewest; matig uitgerust**, grijze staaf). Scoort het gebied gemiddeld in vergelijking met het vergelijkingsgebied dan kleurt de bol grijs. Een blauwe bol wijst op een lager percentage en een oranje gekleurde bol op een hoger percentage dan het gemiddelde.

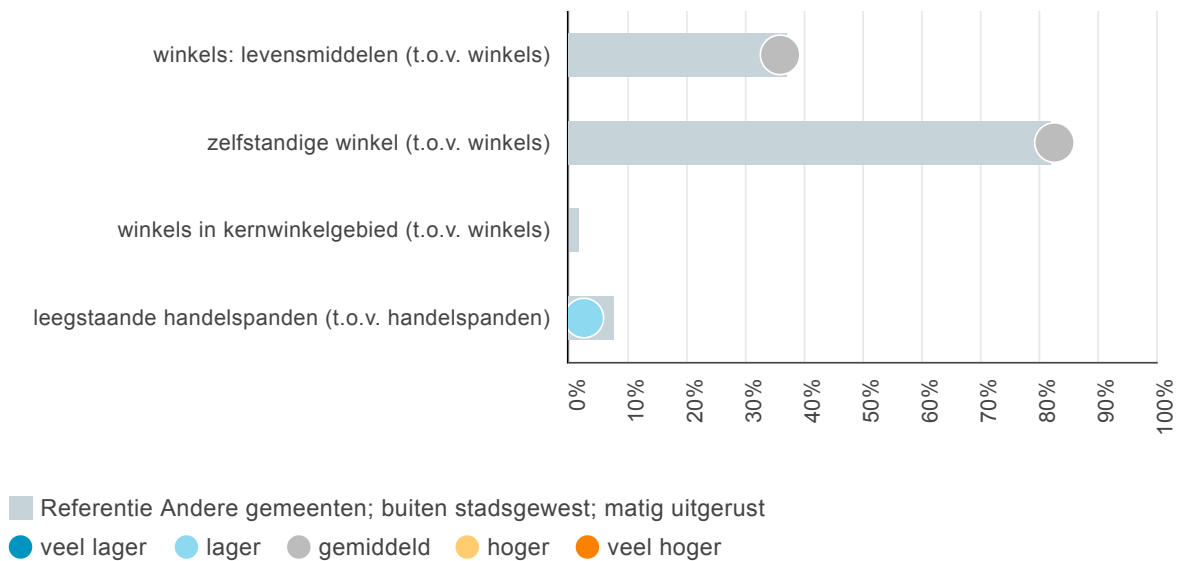
Grafiek 23 | Samenvattende grafiek, per 1.000 inwoners (2022)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



Grafiek 24 | Samenvattende grafiek, percentages (2023)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



Begrippenlijst

Onderstaande begrippen en definities worden gehanteerd binnen detailhandel. Inhoudelijk kunnen er verschillen optreden met het woordgebruik in de context van ruimtelijke ordening.

Begrip	Omschrijving
Branche	Een branche bestaat uit een groep handelszaken die allen een bepaald type goederen of diensten voortbrengen en uitsluitend deze goederen of diensten. Zo vallen alle verkooppunten van schoenen onder de branche "Schoenen".
Centraal winkelgebied versus kernwinkelgebied	Het centraal winkelgebied is het belangrijkste winkelgebied van een stad of gemeente, meestal in de kern ervan gelegen, en door Locatus bepaald. Steden en gemeenten kunnen in het kader van een kernversterkend beleid ook zelf een centraal gebied afbakenen waar detailhandel wordt toegelaten en gestimuleerd. Dit noemen we het "kernwinkelgebied" van de stad of gemeente.
Dagelijkse goederen	Goederen voor dagelijks gebruik die in hoge frequentie worden aangekocht. Voorbeelden zijn groenten, fruit, vlees, brood en geneesmiddelen.
Detailhandel	Onder detailhandel vallen bedrijven die fysieke goederen voor persoonlijk gebruik aan de consument leveren. In de spreektaal gaat het dus om "winkels" zoals kledingwinkels, bakkerijen, supermarkten, bouwmarkten, meubelwinkels, ... Detailhandel wordt soms foutief begrepen als de kleinschalige activiteiten uitgevoerd door zelfstandige handelaars. "Detailhandel" omvat echter ook de grootschalige handelsvestigingen en -activiteiten, voor zover de consument de afnemer is.
E-commerce	E-commerce of digitale handel omvat de online bestedingen via webshops. Er zijn vier traditionele soorten e-commerce: B2C (Business-to-Consumer), B2B (Business-to-Business), C2B (Consumer-to-Business) en C2C (Consumer-to-Consumer). Met de data van GfK en BeCommerce/SafeShops in dit rapport focussen we op het B2C-segment.
Formule (of keten)	Een handelszaak dat tot een (winkel)formule of (winkel)keten behoort, functioneert voor de organisatorische en/of marketing uitvoering van haar activiteit binnen een overkoepelende organisatie. Locatus zal een winkel, consumentgericht dienstverlenend bedrijf of horecazaak aanduiden als "formule" als er in België meer dan zeven verschillende verkooppunten zijn. Voorbeelden zijn: Delhaize, Tommy Hilfiger, ZEB en Selexion. Pionierwinkels van een internationale keten worden eveneens als "formule" aangeduid (bv. Starbucks). Een andere benaming voor "formule" is "keten".
Handelspand	Een verkooppunt (Locatus terminologie) of commercieel pand waarin één van volgende activiteiten gehuisvest is: <ul style="list-style-type: none"> • permanent gevestigde en consumentgerichte activiteiten in de detailhandelssector; • permanent gevestigde en consumentgerichte activiteiten in de horecasector; • een aantal activiteiten in consumentgerichte dienstverlening; • leegstaande panden die één van de bovenstaande activiteiten zouden kunnen huisvesten. <p>Voor verkooppunten die buiten winkelgebieden liggen geldt bijkomend dat ze minimaal drie dagen per week minstens vier uur per dag geopend zijn, waaronder op zaterdag. Zo niet zal Locatus ze niet als verkooppunt of handelspand registreren.</p>
Hoofdbranche	De hoofdbranche is een verzameling van branches geclusterd rond een bepaald thema. Zo omvat de hoofdbranche "Kleding en mode" onder meer volgende branches: Damesmode, Herenmode, Dames- & Herenmode, Kindermode, Lingerie, Modeaccessoires en Textiel. In het rapport detailhandel hanteren we een indeling naar hoofdbranche die afwijkt van de indeling die Locatus toepast.

Begrip	Omschrijving
Horeca-indeling Horeca Vlaanderen	<p>We vertrekken van de indeling van Locatus en passen er een alternatieve indeling op toe. Deze indeling benadert in zekere mate de werkwijze van Horeca Vlaanderen en biedt steden en gemeenten een gemakkelijk te hanteren overzicht. De lijst hieronder toont de gebruikte begrippen en somt op welke branches uit het Locatus-bestand hiervoor gebruikt worden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verblijf: Hotel, Hotel-restaurant • Eetgelegenheden: Restaurant, Café-Restaurant, Lunchroom, Grillroom/shoarma, Fastfood • Afhaalmaaltijden: Bezorg/Halen • Koffie en dessert : Koffiehuis, Koffiebar, Pannenkoeken, IJssalon • Drankgelegenheden: Café • Overige horeca: Partycentrum, Discotheek, Overige Horeca
Inkomende pendel	De inkomende pendel geeft aan hoeveel mensen van buiten de gemeente werken in de gemeente.
Inkomende pendelintensiteit	De inkomende pendelintensiteit geeft aan in welke mate een gemeente inwoners van andere gemeenten aantrekt om te komen werken, uitgedrukt als het aandeel loontrekkenden dat vanuit andere gemeenten komt werken in de gemeente, ten opzichte van het totale aantal loontrekkenden werkzaam in die gemeente.
Inkomenselasticiteit	De inkomenselasticiteit van de vraag meet de mate waarin de vraag naar een bepaald goed verandert, als het inkomen van de vragende partij verandert. De elasticiteit wordt berekend als de ratio van de procentuele verandering in de vraag en de procentuele verandering in het inkomen. De inkomenselasticiteit is bijvoorbeeld gelijk aan twee, wanneer een 10% stijging van het inkomen leidt tot een 20% hogere vraag.
Kernwinkelgebied	Zie hoger, bij "Centraal winkelgebied versus kernwinkelgebied".
Laatste invulling (bij leegstand)	Vanaf 2023 kan voor elk leegstand handelspand, dat niet in verbouwing is, de laatste invulling opgezocht worden. Op die manier kan de leegstand genuanceerd worden. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen: voorheen winkel, voorheen horeca, voorheen consumentgerichte dienst en nieuw (bij nieuwbouw of wanneer er voorheen géén handelszaak in het pand gevestigd was).
Leegstand	Een leegstaand commercieel pand is een gebouw waarin niet langer activiteiten in de detailhandels- of horecasector, of in consumentgerichte dienstverlening gehuisvest zijn, maar waarvan redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een dergelijk verkooppunt zal terugkomen (op het pand staat bijvoorbeeld aangegeven dat het te koop of te huur is).
Minisuper	Een zelfbedieningswinkel met een breed en vrij diep assortiment levensmiddelen, vaak aangevuld met een smal en ondiep assortiment non-foodproducten. De winkelvloeroppervlakte is minder dan 150m ² . De WVO kan groter zijn als de vestiging behoort tot een minisuper-formule.
Omnichannel	Omnichannel betekent het gebruik van meerdere kanalen van een merk tegelijkertijd. Een klant kan bijvoorbeeld de producten van een merk online op zijn telefoon bekijken en tegelijkertijd bij het verkooppunt zijn. Bij omnichannel ervaart de consument geen kanalen meer, maar een bedrijf. Er is één uniforme ervaring, één prijs, één levertijd, ... Daarnaast worden combinaties tussen kanalen actief gestimuleerd, omdat de diverse kanalen verschillende eigenschappen hebben met bijbehorende voordelen en mogelijkheden.
Ondersteunend winkelgebied	Een winkelgebied dat ondergeschikt is aan het centraal winkelgebied en op verschillende vlakken dient ter ondersteuning hiervan. Voorbeelden zijn aanloopstraten naar het centrale winkelgebied.
Overig winkelgebied	Deze categorie staat voor planmatig ontwikkeld gebied. Hieronder vallen de aanbodclusters die niet op een organische wijze zijn ontstaan maar ingepland werden. De shoppingcenters, retailparken en de grootschalige concentraties vallen hieronder.
Periodieke goederen	Goederen die met een zekere regelmaat worden aangekocht. Hierbij gaat de consument actief op zoek naar gewenste kwaliteit en prijs. Voorbeelden zijn kledij, schoenen, boeken, kleinere huishoudartikelen.
Productgroep	Een productgroep is een verzameling van een aantal hoofdbranches met dezelfde eigenschappen. Zo omvat de productgroep "dagelijkse goederen" naast de hoofdbranche "levensmiddelen" ook de hoofdbranche "persoonlijke verzorging". In het rapport detailhandel hanteren we een indeling naar productgroep die afwijkt van de indeling die Locatus toepast.

Begrip	Omschrijving
Statistische sector	Dit is het meest gedetailleerde niveau van statistische rapportage in België. Deze worden beheerd en geactualiseerd door Statbel. Meer informatie op hun website.
Supermarkt	Een relatief grote zelfbedieningswinkel waar algemene levensmiddelen (groenten, fruit, vlees, brood, ...) worden verkocht naast een additioneel assortiment van non-food artikelen (vuilniszakken, waspoeder, ...). Naargelang de winkelvloeroppervlakte maakte Locatus een onderscheid tussen "minisupers" (minder dan 150 m ² winkelvloeroppervlakte) en "supermarkten" (150 m ² of meer). Vestigingen die kleiner zijn dan 150 m ² worden meegeteld als "supermarkt" in het geval ze tot een supermarkt-formule behoren.
Uitgaande pendel	De uitgaande pendel bestaat uit eigen inwoners die buiten de gemeente werken.
Uitgaande pendelintensiteit	De uitgaande pendelintensiteit geeft aan in welke mate inwoners van een bepaalde gemeente elders werkzaam zijn, uitgedrukt als het aandeel loontrekkende inwoners uit de gemeente die in een andere gemeente gaan werken, ten opzichte van de totale loontrekkende bevolking die in de gemeente woont.
Uitrustingsgraad	Deze indeling is het product van de studie "Uitrustingsgraad van de Vlaamse gemeenten", uitgevoerd door Data & Analyse Vlaams-Brabant in samenwerking met prof. em. Etienne Van Hecke (KU Leuven). Bij het opstellen van deze typologie werd de globale uitrustingsgraad in rekening gebracht, die de uitrusting op acht domeinen combineert (onderwijs, zorg, publieke en zakelijke dienstverlening, persoonlijke dienstverlening, horeca, detailhandel, cultuur en recreatie en ten slotte sport). Daarnaast werd ook de diversiteit van die uitrusting in rekening gebracht en de uitrusting per inwoner. Een heel hoge uitrusting per inwoner geeft aan dat een gemeente een centrale rol uitoefent. Heel wat inwoners van andere gemeenten maken dan eveneens gebruik van het aanwezige aanbod.
Uitzonderlijke goederen	Niet-alledaagse aankopen met een grote invloed op het budget. Voor deze aankopen wordt veel tijd uitgetrokken. Voorbeelden zijn meubelen, wooninrichting, huishoudapparaten.
Verbouw	Een bestaand winkelpand, met een bestaand adres dat wordt opgeknapt voor de opening van een nieuwe, reeds gekende, activiteit (naam en branche).
Verspreide bewinkeling	Handelspanden die verspreid gelegen zijn en geen deel uitmaken van een winkelgebied.
Webwinkel	Een webwinkel of webshop of online winkel is een winkel die goederen of diensten verkoopt via het internet. Er is dan een website waarop het product of dienst te koop wordt aangeboden. Een webwinkel kan ook gekoppeld zijn aan een fysieke winkel, maar dat is niet altijd het geval.
Welvaartsindex	Bij de welvaartsindex wordt het plaatselijk gemiddeld inkomen per inwoner vergeleken met het nationale gemiddelde. Een cijfer groter dan 100 wijst op een inkomens- en welvaartsniveau van de stad of gemeente dat boven het Belgische gemiddelde ligt. Bij een waarde minder dan 100 geldt het omgekeerde.
Winkel	Een commercieel pand (of handelspand) gevuld met een activiteit in de sector van detailhandel.
Winkelgebied	Handelspanden - met een minimum van vijf verkooppunten - kunnen worden geclusterd tot een "winkelgebied". Locatus legt de begrenzing van de winkelgebieden vast. Onderlinge samenhang van de handelspanden vormt hierbij het belangrijkste uitgangspunt. Elk winkelgebied krijgt van Locatus een naam en een functie (winkelgebiedstype en -hoofdtype).
Winkelgebieds(hoofd)type	Afhankelijk van het aantal winkels, de straal van het winkelgebied en de verzorgende functie ervan, worden de winkelgebieden ingedeeld in verschillende "winkelgebiedstypes". Voorbeelden zijn: baanconcentraties, hoofdwinkelgebied, binnenstedelijke winkelstraat. Naargelang de ligging wordt op het niveau van "winkelgebiedshoofdtype" een onderscheid gemaakt tussen centraal, ondersteunend en overig (d.i. planmatig ontwikkeld) winkelgebied. Handelspanden die niet tot één van deze categorieën kunnen worden ingedeeld, vallen onder "verspreide bewinkeling".
Winkelvloeroppervlakte WVO	Winkelvloeroppervlakte: de ruimte van een handelszaak die overdekt, inpandig en verwarmbaar is en zichtbaar is toegankelijk is voor de consument. Ook wel netto-winkelvloeroppervlakte genoemd (in ruimtelijke ordening gebruikt men het begrip BVO, bruto vloeroppervlakte, wat de totale footprint van het pand is). WVO is er enkel voor winkels en leegstand. Vanaf 2021 kan daarnaast WVO voor horeca geraadpleegd worden. WVO voor consumentgerichte diensten is niet beschikbaar in het rapport detailhandel.
Zelfstandige winkel	Winkel die geen deel uitmaakt van een keten en niet opereert onder een formule.

Meer informatie over de cijfers en bronnen

In het rapport duiden we de cijfers al kort. Hieronder krijg je een overzicht van de datareeksen waaruit we putten voor dit rapport. We duiden hierin **welke data** we gebruiken, **hoe deze tot stand komt**, wat de **beschikbaarheid** ervan is, en welke **beperkingen** er zijn bij het gebruik van de data.

In dit rapport gebruiken we data van volgende bronnen:

- BeCommerce en SafeShops.be Opgelet: deze cijfers zijn niet opgenomen in de [databank van provincies.incijfers.be](#).
- [Locatus | provincies.incijfers.be](#)
- [Rijksdienst voor Sociale Zekerheid | provincies.incijfers.be](#) Opgelet: cijfers van deze bron worden bij ons op een ander jaartal getoond dan bij de bron zelf.
- [Rijksinstituut voor de Sociale Verzekeringen der Zelfstandigen | provincies.incijfers.be](#)
- [Rijksregister | provincies.incijfers.be](#)
- [Statbel - fiscale inkomens | provincies.incijfers.be](#)
- [Vlaamse Arbeidsrekening | provincies.incijfers.be](#)

