

'Te weinig diversiteit in 'fastfoodhoofdstad' Eindhoven'

14-01-2019 09:18



De ingrediënten zijn aanwezig om de binnenstad van Eindhoven om te vormen tot een levendig en divers winkelgebied. Nu ligt de gemiddelde verblijfsduur van bezoekers nog veel lager dan in vergelijkbare steden zoals Groningen en Den Bosch, schrijft vastgoedadviseur Colliers International in het winkelmarktrapport Eindhoven.

Eindhoven staat vooral bekend als een bestemming om doelmatig te winkelen. Dit imago wordt versterkt door een eenzijdig aanbod food & beverage. Zo bestaat dertien procent van het totale horeca-aanbod uit fastfood, waar dat in vergelijkbare steden gemiddeld 7,8 procent is. Eindhoven is daarmee 'fastfoodhoofdstad' van Nederland, aldus de vastgoedadviseur.

Verder zijn er weinig winkels in de stad die zich richten op het middelhoge en hogere segment. Daardoor bestaat de kans dat de vele expats naar Amsterdam of Rotterdam gaan om exclusieve producten te kopen. Colliers ziet kansen voor ondernemers om bijvoorbeeld meer monobrandstores te openen. Merken als La Dress, The Kooples, Ted Baker en Denham worden genoemd als interessante toevoeging aan het huidige winkelaanbod.

Colliers pleit voor een betere vermenging van food & beverage en winkels. Internationale winkels en foodretailers moeten voor meer diversiteit in het aanbod zorgen, zodat Eindhoven aantrekkelijker wordt voor de groeiende groep internationale bewoners en bezoekers.