

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



Veldhoven

**Ruimtelijk-functionele visie
City Centrum**



DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Veldhoven

Opdrachtgever: gemeente Veldhoven

Projectnummer: 802.1208

Datum: 15 juli 2009

**Ruimtelijk-functionele visie
City Centrum**

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS

Voorstadslaan 254

6542 TG Nijmegen

T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Analyse huidige situatie	2
2.1	Ligging en kenmerken	2
2.2	Winkelaanbod	3
2.3	Ruimtelijke structuur	10
2.4	Ondernemersenquête	18
2.5	Conclusie	23
3	Trends en ontwikkelingen	24
3.1	Trends in de detailhandel	24
3.2	Gemeentelijke plannen	27
3.3	Ontwikkelingen in de regio	27
4	Toekomstmogelijkheden	28
4.1	Inleiding	28
4.2	Functie en positie	28
4.3	Marktpotenties	30
4.4	Kansrijke branches en formules	32

5	Gewenste ruimtelijk-functionele structuur	35
5.1	Inleiding	35
5.2	Hoofdstructuur	35
5.3	Uitwerking City Passage	38
5.4	Uitwerking Meiveld	44
6	Conclusies	52
Bijlage 1	Begeleidingscommissie	54
Bijlage 2	Branche-indeling detailhandel	54
Bijlage 3	Winkelaanbod City Centrum	55
Bijlage 4	Distributieve mogelijkheden	55
Bijlage 5	Begrippenlijst	58



1 Inleiding

Aanleiding

In 2004 is de stedenbouwkundige visie Lijnen & Pleinen voor het City Centrum van Veldhoven vastgesteld. Deze visie geeft richting aan ontwikkelingen als uitbreiding van Theater De Schalm en de City Passage. In 2007 is door Droogh Trommelen en Partners (DTNP) een detailhandelsvisie opgesteld voor Veldhoven die begin dit jaar is vastgesteld. Hierin is opgenomen dat er, mede door de bevolkingsgroei, ruime uitbreidingspotenties zijn voor het centrum. Daarnaast is onlangs de Ruimtelijke Structuurvisie opgesteld waarin het City Centrum een belangrijke rol heeft.

Vraagstelling

De gemeente heeft DTNP gevraagd een visie op te stellen voor de gewenste ruimtelijk-functionele structuur van het City Centrum. De volgende vragen worden beantwoord:

- Hoe kan de huidige ruimtelijk-functionele structuur van het City Centrum worden beoordeeld?
- Hoe groot zijn de distributieve mogelijkheden voor het City Centrum? In welke

branches is uitbreiding haalbaar en gewenst? Welke winkel(formule)s ontbreken en/of hebben behoefte aan schaalvergroting? Wat is de gewenste omvang van deze winkel(formule)s?

- Wat is de gewenste ruimtelijk-functionele structuur van het City Centrum?
- Welke functionele programma's en ruimtelijke structuren zijn gewenst voor Meiveld/Geer en City Passage (fase 1 en 2a van Lijnen & Pleinen)?

Proces

Tijdens de totstandkoming van deze visie heeft terugkoppeling plaats gevonden met een interne (gemeentelijke) en externe begeleidingscommissie (bijlage 1). Tevens is een ondernemersenquête gehouden.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 analyseren we de huidige situatie. Hoofdstuk 3 gaat in op plannen en ontwikkelingen. In hoofdstuk 4 gaan we in op uitbreidingspotenties en de gewenste hoofdstructuur van het centrum. In hoofdstuk 5 maken we een uitwerking voor Meiveld en City Passage.

2 Analyse huidige situatie

2.1 Ligging en kenmerken

De gemeente Veldhoven ligt in de provincie Noord-Brabant aan de rijksweg A2 en telt circa 43.000 inwoners*. Veldhoven grenst in het oosten aan Eindhoven (± 212.000 inwoners). De twee gemeenten vormen steeds meer één aaneengesloten stedelijk gebied, mede door de realisatie van de Eindhovense nieuw-bouwwijk Meerhoven ten westen van de A2. Veldhoven is onderdeel van de Stadsregio Eindhoven.

Ten zuidwesten van Veldhoven ligt de streek De Kempen die onder andere bestaat uit de kernen als Bladel (± 9.900 inwoners), Eersel (± 9.300 inwoners), Bergeijk (± 8.700 inwoners), Reusel (± 8.200 inwoners) en Hapert (± 5.200 inwoners). Veldhoven heeft een belangrijke verzorgingsfunctie voor deze streek en wordt ook wel de 'Poort van De Kempen' genoemd.

* Gemeente Veldhoven (2009), Veldhoven in cijfers



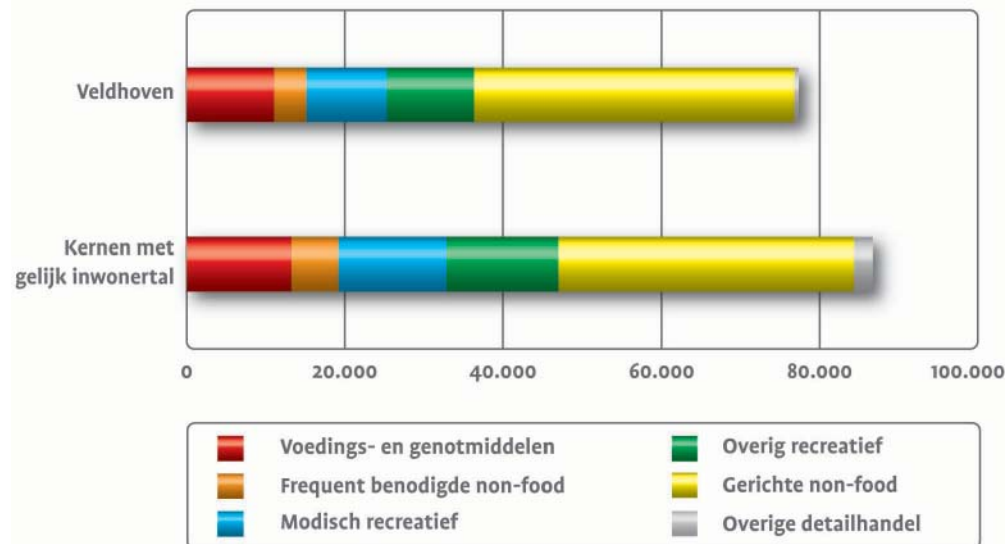


Recreatief aanbod in de Kromstraat



Doelgerichte aankopen op De Run

Figuur 1 Winkelaanbod Veldhoven en kernen met gelijk inwonertal (m² wvo)



Bron: Locatus, oktober 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners

2.2 Winkelaanbod

Kern Veldhoven

In Veldhoven zijn ruim 250 winkels aanwezig met een totaal winkelvloeroppervlak (wvo) van circa 77.400 m². Dit is minder dan het winkel-aanbod in kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal (± 86.700 m² wvo) (figuur 1).

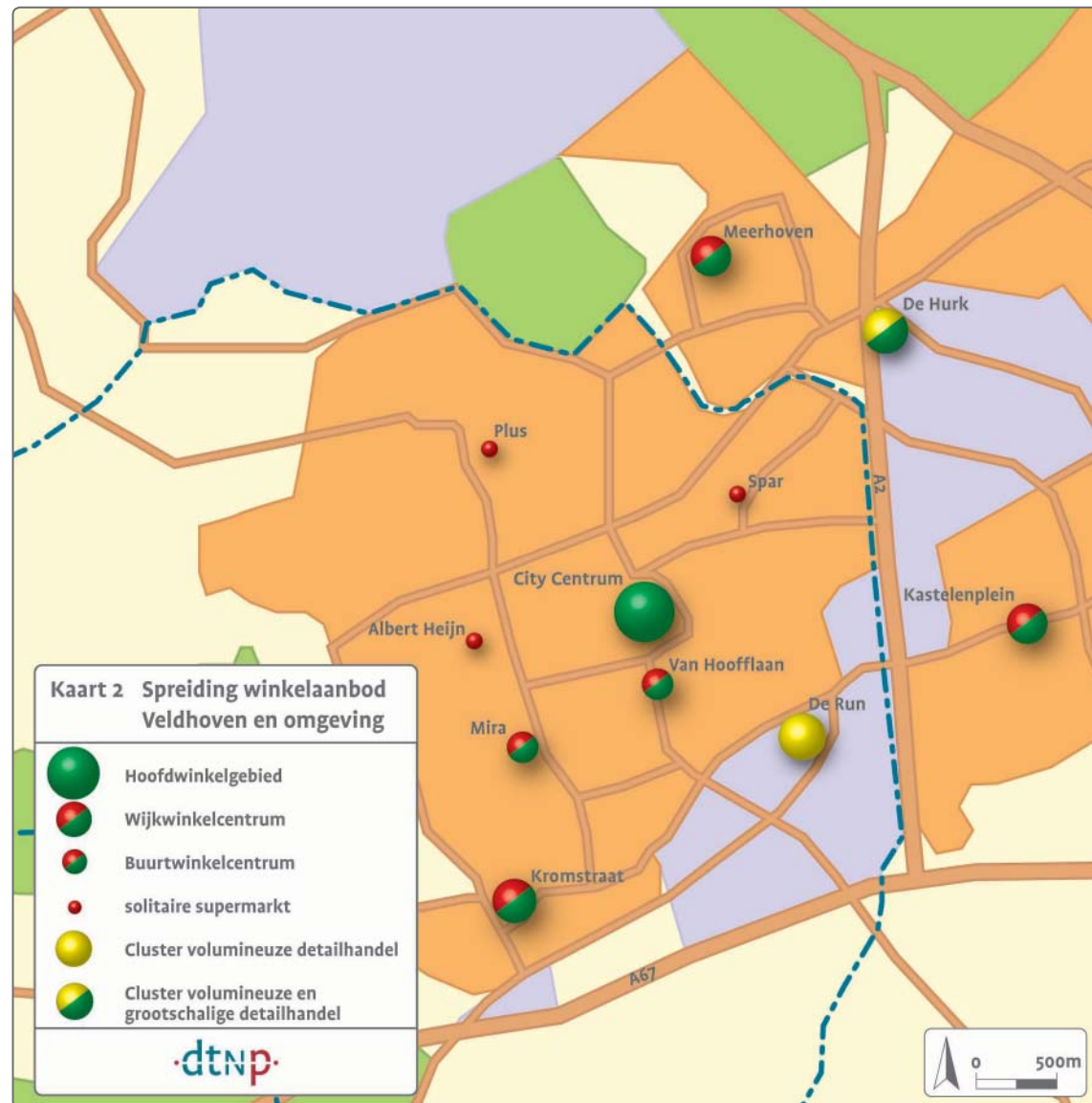
Met name in recreatieve branches is in Veldhoven (± 21.000 m² wvo) minder aanbod aanwezig dan gemiddeld (± 28.000 m² wvo) (branche-indeling in bijlage 2). Voor een deel kan dit verklaard worden door de nabijheid van het binnenstad van Eindhoven met een grote regionale functie als recreatief winkelgebied.

Ook in boodschappenbranches (voedings- en genotmiddelen, frequent benodigde non-food) is in Veldhoven (± 15.000 m² wvo) minder aanbod aanwezig dan in kernen met een vergelijkbaar inwonertal (± 19.000 m² wvo).

In gerichte non-food (tuincentra, doe-het-zelf, woninginrichting) is in Veldhoven (± 40.000 m² wvo) juist wat meer aanbod aanwezig dan gemiddeld (± 37.000 m² wvo).

Het belangrijkste winkelgebied is het City Centrum met circa 100 winkels (kaart 2). Er is ruim 17.000 m² wvo in boodschappen en recreatieve branches. De Kromstraat is het tweede winkelgebied (8.000 m² wvo) en heeft een positie als wijkwinkelcentrum met een compleet dagelijks aanbod. Voor een wijkcentrum heeft de Kromstraat een groot recreatief aanbod (mode, sport, bruin- en witgoed). Verder zijn er kleinere winkelcentra (Van Hoofflaan, Mira) en solitaire supermarkten aanwezig. De Van Hoofflaan (± 3.000 m² wvo) functioneert als buurtcentrum, maar is ook een aanloopstraat naar het centrum. Op bedrijventerrein De Run ligt een cluster van aanbieders in doe-het-zelf, tuinartikelen en woninginrichting (± 22.000 m² wvo).

Ten noorden van Veldhoven ligt de Eindhovenonse nieuwbouwwijk Meerhoven waar een tijdelijk winkelcentrum is gevestigd met een supermarkt en warenhuis Hema. Koopcentrum De Hurk (± 23.000 m² wvo) is een cluster met zowel volumineuze als reguliere detailhandel zoals supermarkt Nettorama, Blokker, Bristol en IT'S. Verder is in Eindhoven West wijkcentrum Kastelenplein aanwezig (± 5.000 m² wvo).



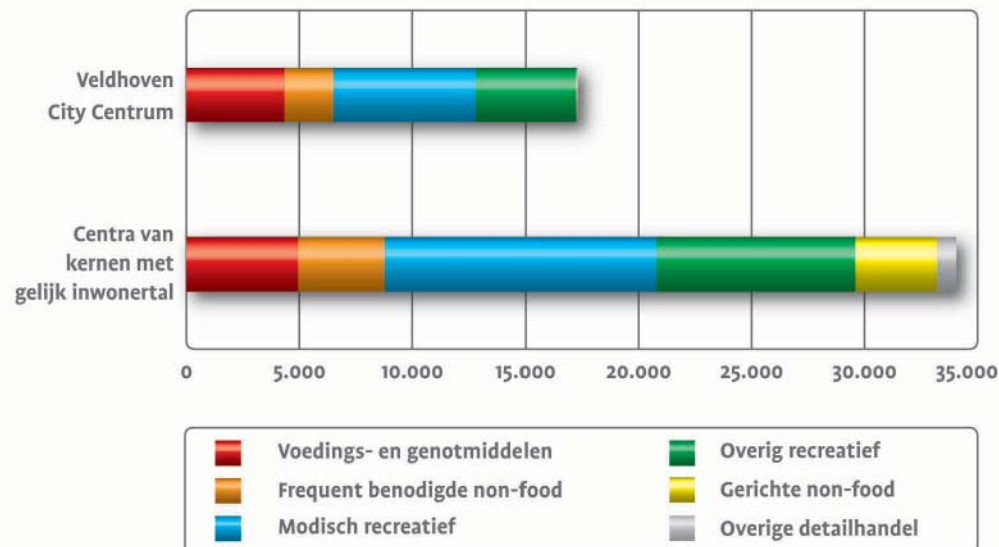


Supermarkt Jumbo



Warenhuis Hema

Figuur 2 Winkelaanbod City Centrum en centra van kernen met gelijk inwonertal (m² wvo)



Bron: Locatus, oktober 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners

City Centrum

Van de 17.000 m² wvo in het City Centrum, bestaat het grootste deel uit recreatieve branches (11.000 m² wvo) (winkelaanbod in bijlage 3). Belangrijke winkels zijn Hema, We, C&A en Jos Hoes. Het recreatieve aanbod is relatief klein in vergelijking met centra van kernen met een vergelijkbaar inwonertal (21.000 m² wvo) (figuur 2). Dit komt door de nabijheid van Eindhoven, maar ook door het relatief grote recreatieve aanbod in de Kromstraat. Daarnaast is het City Centrum de laatste jaren nauwelijks gegroeid. Het is gepland ontwikkeld en sinds de opening van de City Passage (1995) is geen nieuw winkelaanbod meer toegevoegd.

Het aanbod in voedings- en genotmiddelen in het centrum is vergelijkbaar met het gemiddelde (4.000 á 5.000 m² wvo). Er zijn twee supermarkten aanwezig (Albert Heijn, Jumbo), beiden met een omvang van circa 1.800 m² wvo. In frequent benodigde non-food is relatief weinig aanbod aanwezig (2.200 m² wvo ten opzichte van 3.800 m² wvo). Gerichte non-food is in het City Centrum, in tegenstelling tot centra van vergelijkbare kernen (4.000 m² wvo) nauwelijks aanwezig.

De winkelunits in de branches voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food zijn in City Centrum Veldhoven relatief groot (figuur 3). Zo heeft een winkel in food in Veldhoven centrum een gemiddelde omvang van circa 280 m² wvo. In centra van kernen met een gelijk inwonertaantal is dat iets meer dan 200 m² wvo. Dit komt voornamelijk door de aanwezigheid van de twee relatief grootschalige supermarkten Albert Heijn en Jumbo.

In recreatieve branches is de gemiddelde winkelomvang in het City Centrum juist kleiner dan gemiddeld. In centra van vergelijkbare kernen heeft een recreatieve winkel een omvang van 180 m² wvo. In Veldhoven is dat bijna 150 m² wvo.

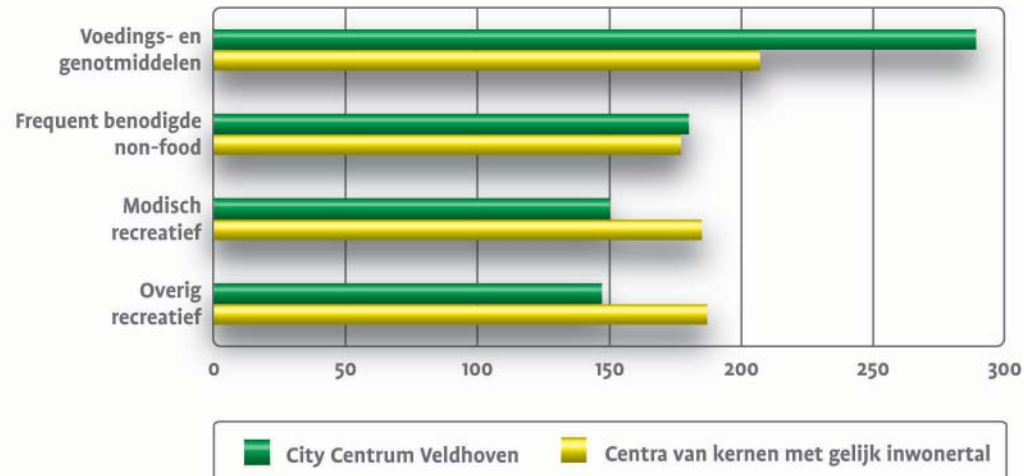


Supermarkten zijn relatief groot



Recreatieve winkels hebben een kleinschalige omvang

Figuur 3 Gemiddelde winkelomvang City Centrum en centra van kernen met gelijk inwonertal (m² wvo)



Bron: Locatus, oktober 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners

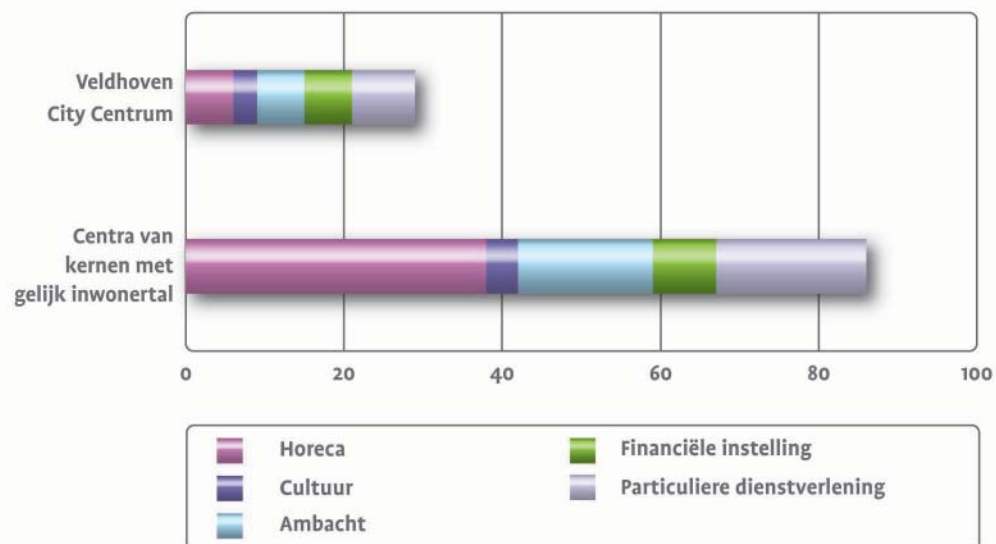


Horeca-aanbod is beperkt



Financiële instelling net buiten het centrum

Figuur 4 Voorzieningenaanbod City Centrum en centra van kernen met gelijk inwonertal (aantal)



Bron: Locatus, oktober 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners

Het overige voorzieningenaanbod in City Centrum is relatief beperkt (figuur 4). Het name in de horeca zijn in het centrum relatief weinig bedrijven aanwezig. Ook dit heeft voor een deel te maken met de nabijheid van Eindhoven centrum waar veel horecabedrijven gelegen zijn. Daarnaast zijn er van oudsher veel horecabedrijven aanwezig in Veldhoven-dorp en Zeelst.

Daarnaast zijn in Veldhoven centrum relatief weinig ambachtelijke en particuliere dienstverleners aanwezig. Wel is het zo dat net buiten het centrum (Heemweg noord en Van Hoofflaan noord) nog enkele (financiële) dienstverlenende bedrijven aanwezig zijn die, door de afbakening van het centrum binnen de Heemweg, niet in de figuur zijn verwerkt.

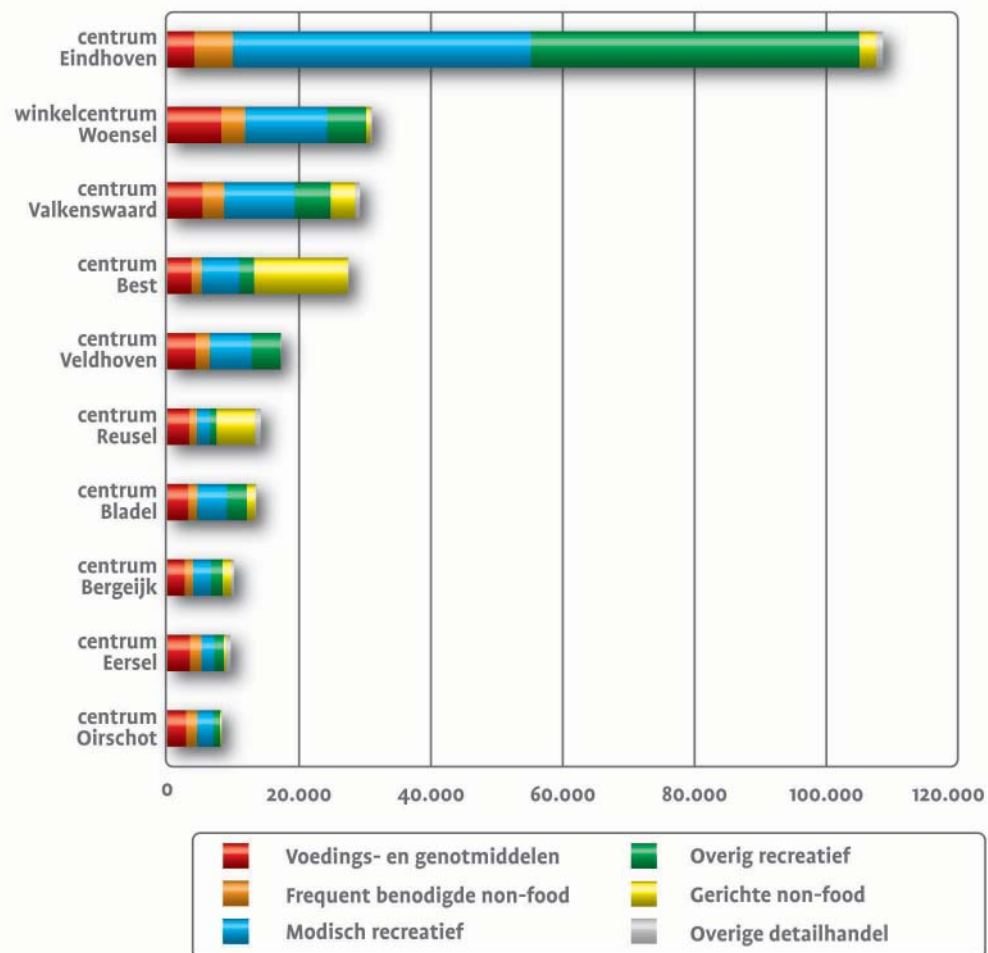
In de regio

Het centrum van Veldhoven neemt een middenpositie in in de hiërarchie van winkelcentra in de regio (figuur 5, kaart 3).

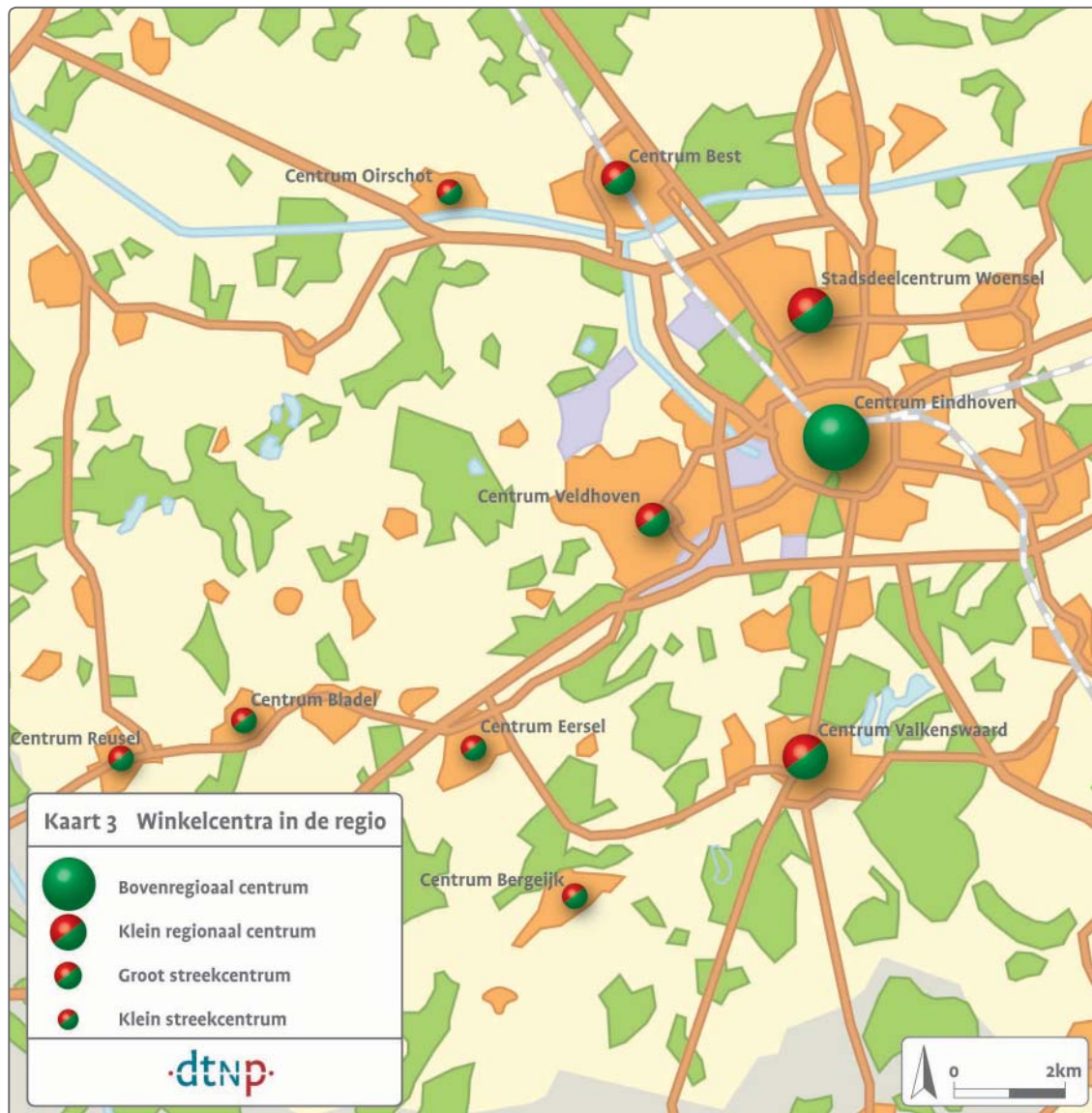
De binnenstad van Eindhoven is met ruim 100.000 m² wvo verreweg het grootste winkelgebied in de omgeving en heeft een bovenregionale verzorgingsfunctie. De Eindhovense binnenstad bestaat voor het overgrote deel uit recreatief winkelaanbod.

Het winkelaanbod in stadsdeelcentrum Woensel (Eindhoven Noord) en het centrum van Valkenswaard (ten zuiden van Eindhoven) bestaat uit circa 30.000 m² wvo. Daarmee hebben deze centra een positie als klein regionaal verzorgend winkelcentrum. Naast veel winkels in recreatieve branches bestaat een belangrijk deel van het aanbod uit boodschappenwinkels (supermarkten).

Figuur 5 Winkelaanbod in winkelcentra in de regio (m² wvo)



Bron: Locatus, oktober 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners



Uit passantenonderzoek* uitgevoerd door DTNP blijkt dat in het centrum van Veldhoven (17.000 m² wvo) circa 78% van de bezoekers uit Veldhoven zelf komt. Circa 19% van de bezoekers komt uit de omliggende regio (Eindhoven, De Kempen). Daarmee heeft het samen met het centrum van Best (13.000 m² wvo, exclusief het aanbod in gerichte non-food) een positie als groot streekcentrum. Er is sprake van een combinatie van zowel boodschappen- als recreatief winkelaanbod.

De dorpscentra in de streek De Kempen (Reusel, Bladel, Bergeijk en Eersel) hebben primair een boodschappenfunctie en een beperkte streekverzorgende functie.

* DTNP (2007), Detailhandelsstructuurvisie Veldhoven

2.3 Ruimtelijke structuur

Branchering

Pleintjes is vanoudsher de belangrijkste winkelstraat in het City Centrum (kaart 4). Het aanbod is divers, van versspeciaalzaken tot modewinkels en van belwinkels tot drogisterijen. Belangrijkste winkels zijn warenhuis Hema, die midden in de straat is gelegen, en supermarkt Jumbo aan de zuidkant. Andere grotere winkels zijn modezaak Jos Hoes, drogist Etos en huishoudelijke artikelenwinkel Blokker.

Aansluitend aan Pleintjes ligt het overdekte winkelcentrum City Passage. Het aanbod bestaat voornamelijk uit recreatieve formules als Zeeman, Intertoys, Coolcat en Vero Moda. Verder is in het noordelijke deel een cluster van versspeciaalzaken aanwezig (vlees, vis, gebak, brood en banket). In de Passage zijn geen grote publiekstrekkers aanwezig. In het midden is brasserie Ludiek gevestigd met een winkelondersteunende dag- en avondfunctie.

City Passage en Pleintjes komen in het noorden uit op het centrale plein Meiveld. Direct aan dit plein zijn slechts vijf winkels

gevestigd. Wel liggen er twee publiekstrekkers: supermarkt Albert Heijn en modewinkel C&A. Het overige voorzieningen-aanbod aan het plein bestaat uit enkele horecagelegenheden, dienstverlening, het gemeentehuis en theater De Schalm.

Pleintjes, Meiveld en City Passage vormen samen een 8-vormig winkelcircuit. Buiten dit circuit is in het oosten aan De Horst een aantal dienstverlenende bedrijven en leegstand aanwezig. Verder is er achter de City Passage een cluster van maatschappelijke voorzieningen gelegen zoals het zwembad, sociaal centrum Den Tref, wijkgebouw Den Uitwijk en een school.

In de aanloopgebieden naar het centrum in het noorden (Heemweg) en zuiden (Van Hoofflaan) zijn aanvullende voorzieningen aanwezig. Aan de Heemweg ligt het politiebureau en enkele financiële dienstverleners. Aan de kop van de Van Hoofflaan ligt Rabobank en de muziekschool.

Opvallend is dat er nauwelijks leegstand aanwezig is in het centrum. Het gaat slechts om enkele (kleinschalige) panden.



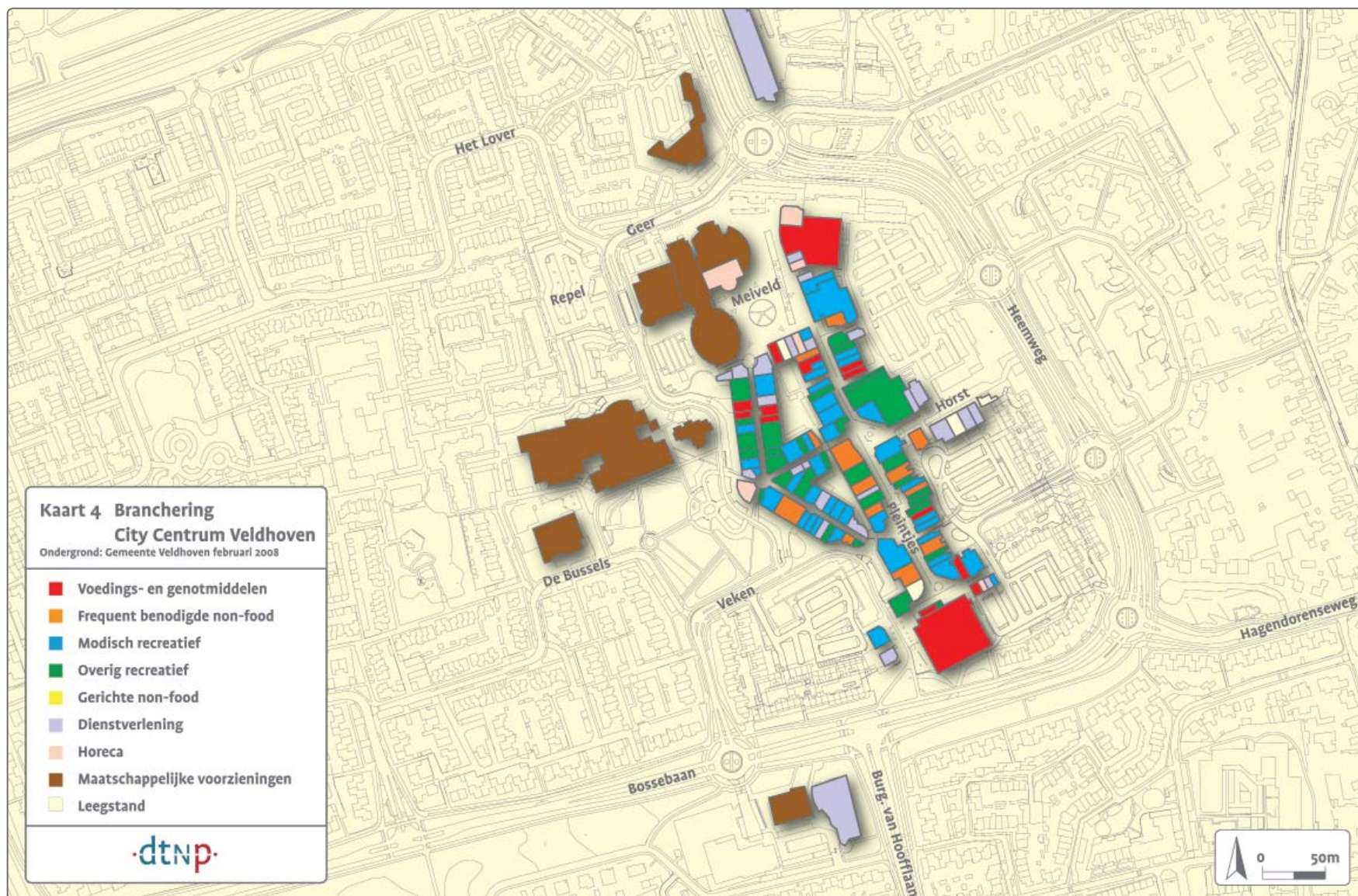
Pleintjes van oudsher belangrijkste winkelstraat



Voornamelijk recreatief aanbod in City Passage



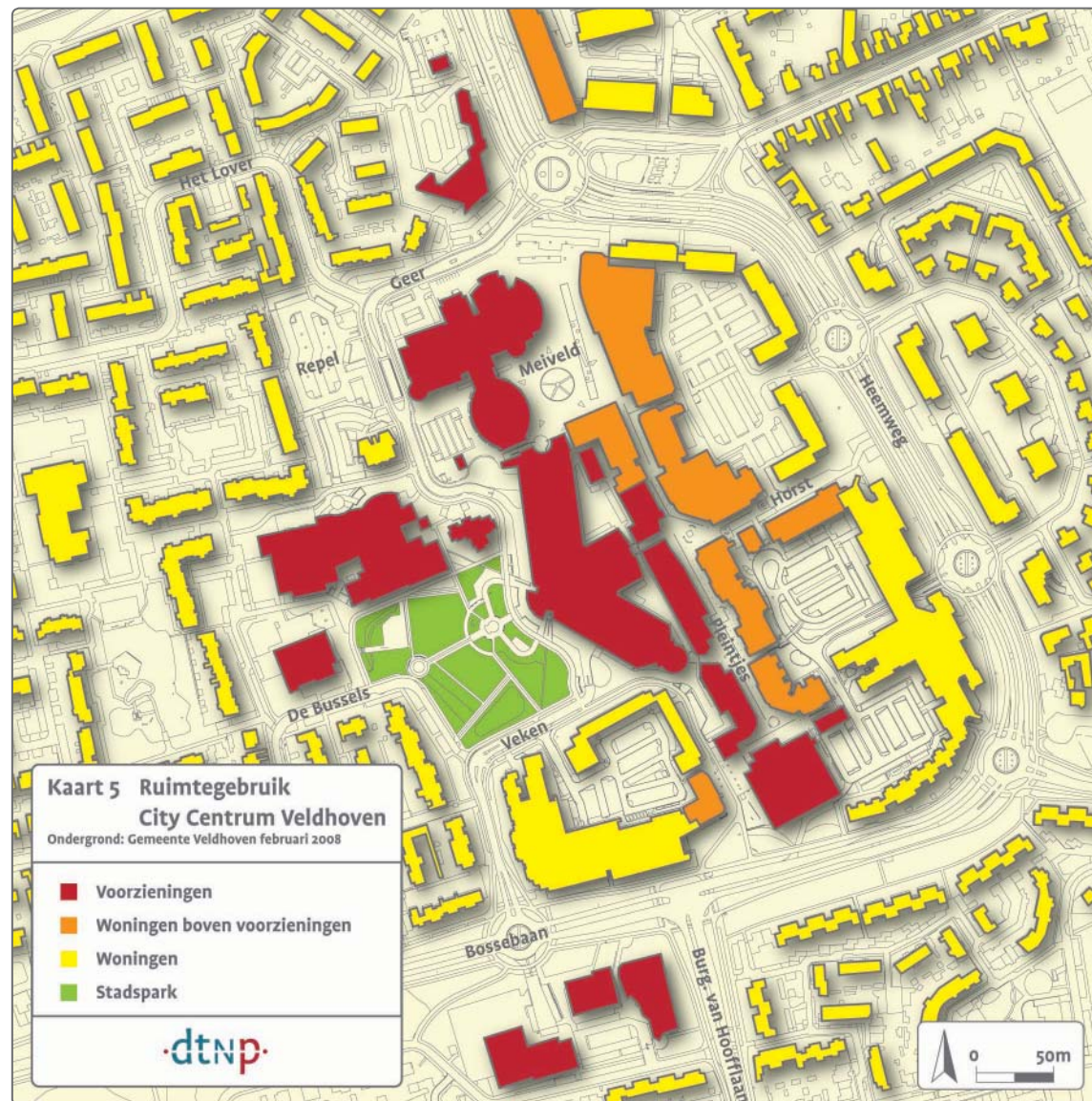
Theater, gemeentehuis, AH en C&A aan het Meiveld



Ruimtegebruik

Op diverse locaties in het centrum zijn appartementen aanwezig boven de winkelunits. Deze zijn vooral gelegen aan de oostzijde van het centrum. Panden die enkel voor huisvesting van voorzieningen gebruikt worden liggen aan de westzijde van Pleintjes en verder richting het westen (City Passage, sportcomplex, school, buurthuis, theater, gemeentehuis, supermarkt Jumbo) en in de aanloopgebieden in het noorden (politiebureau) en in het zuiden (muziekschool, Rabobank en TNT).

Ten westen van de City Passage ligt het Burgemeester Elzenpark, dat vooral een functie heeft voor de direct omwonenden. De relatie met voorzieningen in het centrum is matig. De City Passage en het zwembad liggen 'met de rug' naar het park. Afgezien van het park, wordt het centrum aan alle kanten omgeven door woongebouwen, variërend van laagbouw tot appartementencomplexen. Veelal gaat het om verspreid eigendom.





Openbare ruimte netjes ingericht



Architectuur wat verouderd



Zowel de noordelijke entree...



...als zuidelijke entree hebben introverte uitstraling



Blinde wand van gemeentehuis aan het Meiveld



Horeca-aanbod aan het Meiveld beperkt

Uitstraling en inrichting

Over het algemeen ziet het City Centrum er verzorgd uit. De staat van onderhoud van panden is goed en de openbare ruimte is functioneel en netjes ingericht. Wel is de uitstraling en architectuur van sommige panden (economisch) verouderd.

Vanaf de doorgaande weg (Heemweg) is het centrum slecht zichtbaar. Zowel de uitstraling van de noordelijke als de zuidelijke entree zijn rommelig, onaantrekkelijk en niet uitnodigend voor passanten op de Heemweg. Aan de oostkant is het centrum niet zichtbaar door de aanwezigheid van woningen. Aan de westkant zijn veelal achterkanten aanwezig waardoor het centrum een introverte uitstraling heeft.

Het Meiveld is het centrale plein van Veldhoven. De verblijfskwaliteit laat echter te wensen over. Het is een weids plein met een blinde wand van het gemeentehuis en dominante dichte gevels van De Schalm. Horeca-aanbod is beperkt, met terrassen die nauwelijks middag- en avondzon hebben. Het zicht op de wanden van het plein wordt verstoord door straatmeubilair. Hierdoor is het zicht op winkels en horeca matig.

Verkeer en parkeren

Het City Centrum is centraal gelegen in de kern Veldhoven en is via de doorgaande route Heemweg - Bossebaan - Van Hoofflaan vanuit alle delen van Veldhoven en omgeving goed te bereiken. De aansluiting op de A2 en A67, die zorgen voor verbinding met de regio, is goed.

In totaal zijn er bijna 1.500 parkeerplaatsen in het centrum aanwezig. Uitgaande van algemene parkeerkengetallen voor centrum-voorzieningen* is dit voldoende voor de omvang van het winkelaanbod dat aanwezig is.

Kanttekening hierbij is dat de parkeerlocaties aan de oost- en zuidkant van het centrum ook door vergunninghouders (bewoners van omliggende woningen) gebruikt worden. Op deze locaties is dan ook sprake van een hoge parkeerdruk.

De parkeercapaciteit is verspreid over het centrum gelegen. De oostelijke parkeer-bronpunten zijn goed bereikbaar vanaf de

doorgaande weg. De westelijke bronpunten zijn wat minder goed bereikbaar en zichtbaar. Met name de route naar de parkeergarages onder het Meiveld/Minneveld en City Passage, waar de grootste capaciteit aanwezig is, is wat omslachtig en onlogisch. Vooral de ontsluiting van het parkeerterrein onder de City Passage is voor onbekenden onvindbaar.

Ditzelfde geldt voor de ontsluiting voor het laden en lossen van winkels in de City Passage. Vrachtwagens rijden nu over relatief kleinschalige wegen om bij de achterkanten van winkels te komen.

Zowel aan de noord- als de zuidzijde zijn bushaltes aanwezig met lokale buslijnen en lijnen richting Eindhoven Centraal Station.



City Centrum goed bereikbaar via Heemweg

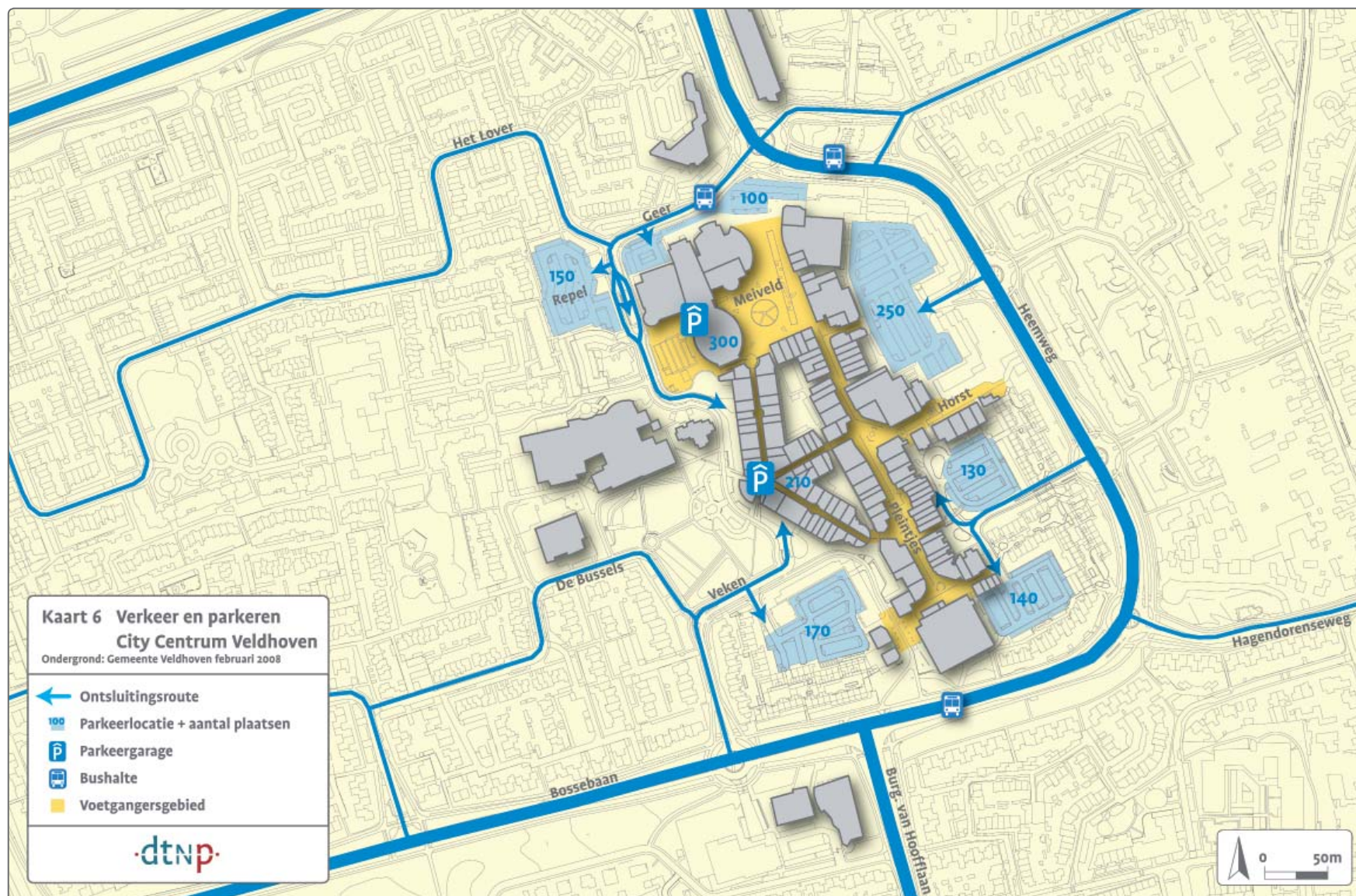


Voldoende parkeercapaciteit aanwezig



Onlogische parkeerroute aan de westkant

* CROW (2004), Parkeerkengetallen winkelcentra



Sterke en zwakke punten

Het City Centrum in Veldhoven heeft een heldere en sterke hoofdstructuur met enkele sterke publiekstrekkingen, een goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid en een verzorgde inrichting van de openbare ruimte.

Het totale aanbod is wel relatief beperkt in vergelijking met referentiecentra. Er is sprake van veel kleinschalige winkelunits en zijn er relatief weinig recreatieve publiekstrekkingen aanwezig. De verbinding tussen de City Passage en overige delen van het centrum kan beter.

Daarnaast is de zichtbaarheid en bereikbaarheid van de parkeergarages matig en heeft het Meiveld een onaantrekkelijk verblijfsklimaat. De totale zichtbaarheid vanaf en uitstraling richting de doorgaande weg is matig. Het centrum als geheel heeft een introverte uitstraling dat niet uitnodigend werkt. Tot slot is er onvoldoende fysieke ruimte in de huidige stedenbouwkundig structuur aanwezig voor vernieuwing en dynamiek in het winkelaanbod.

Tabel 1 Sterke en zwakke punten

City Centrum Veldhoven

Omvang en branchering	+ + -	Compleet aanbod in boodschappen en recreatieve branches Sterke publiekstrekkingen Relatief beperkt aanbod
Ligging en bereikbaarheid	+ +	Centraal gelegen Aan doorgaande weg
Routing en structuur	+ + -	Helder winkelcircuit met sterk winkelfront Goede ligging publiekstrekkingen Matige relatie City Passage en overige delen centrum Matig winkelfront entrees
Parkeer-gelegenheid	+ + -	Voldoende parkeercapaciteit Goede spreiding parkeren Hoge parkeerdruk aan oostzijde door vergunninghouders
Uitstraling en inrichting	+ - - -	Verzorgde openbare ruimte Verouderde architectuur Introverte uitstraling Matige verblijfskwaliteit Meiveld



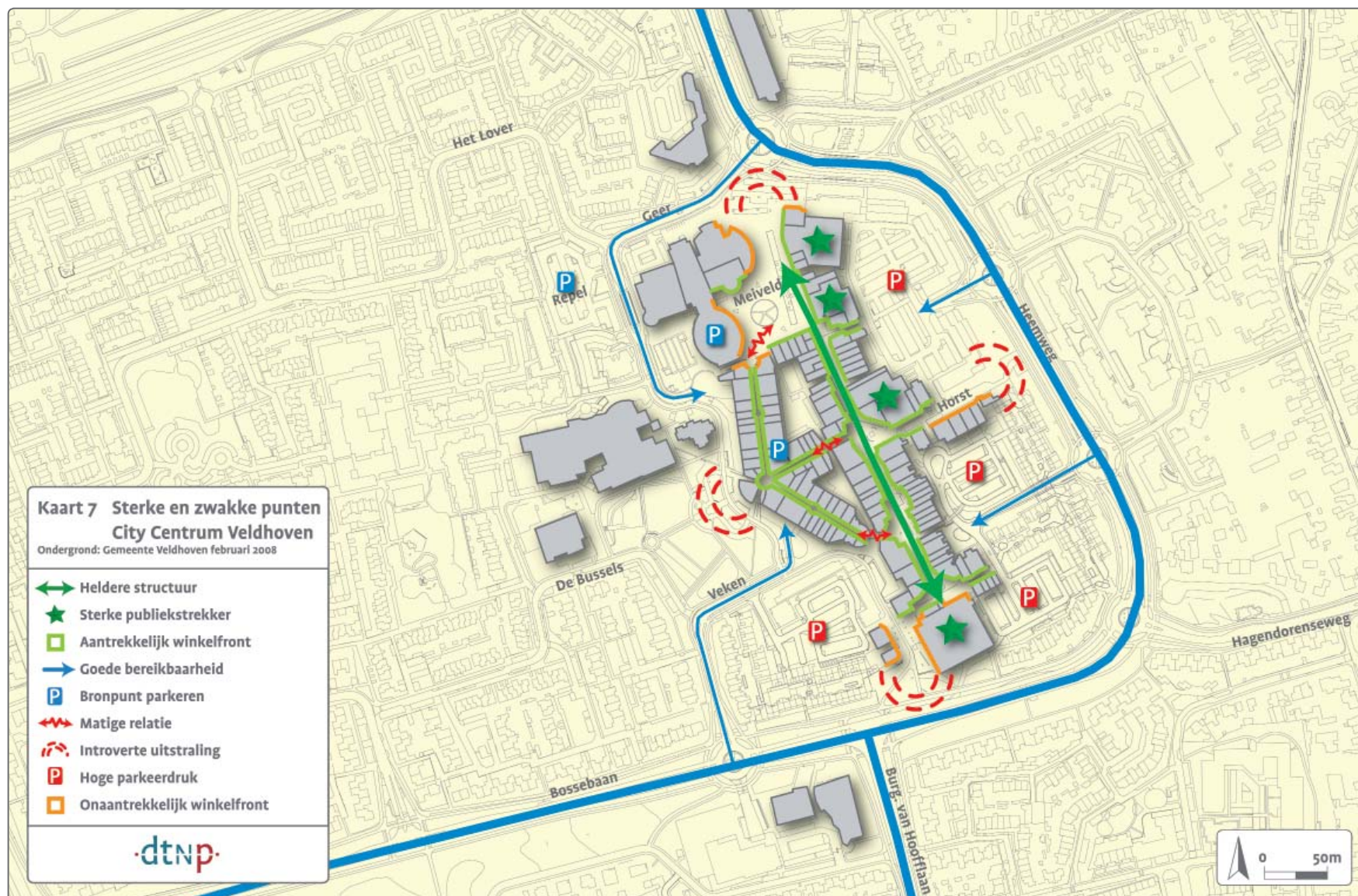
Compacte structuur met sterke routing



Kleinschalige winkelunits



Centrum vanaf doorgaande weg niet zichtbaar



2.4 Ondernemersenquête

Respons

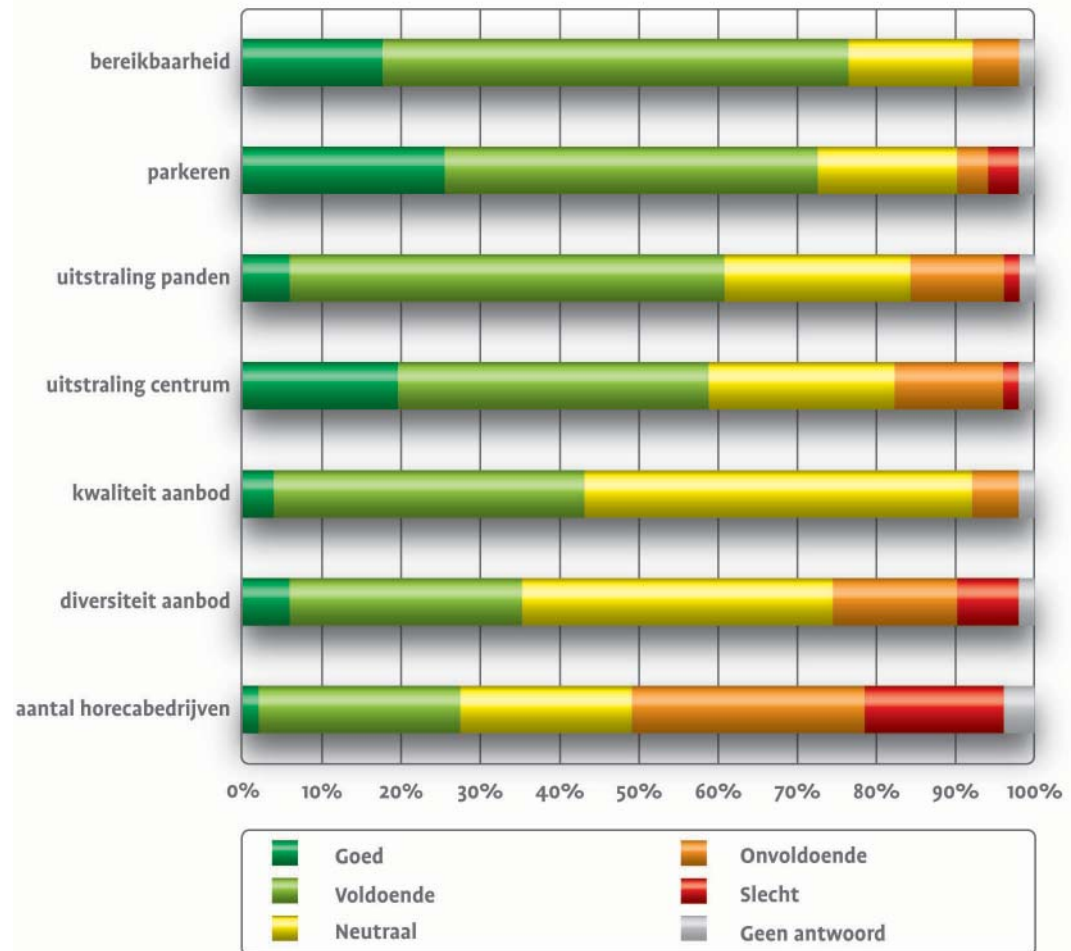
Om inzicht te krijgen in meningen en behoeften van ondernemers in het City Centrum is een ondernemersenquête gehouden. Zowel in detailhandel als in horeca en dienstverlening is ondernemers gevraagd een vragenlijst in te vullen. In totaal hebben 56 ondernemers die gedaan. Daarmee komt de respons op circa 47%.

Beoordeling city centrum

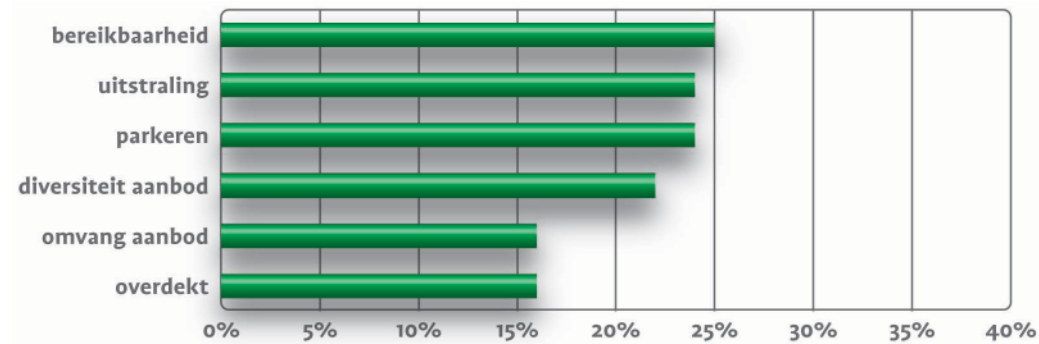
Ten eerste is ondernemers gevraagd het City Centrum te beoordelen op verschillende aspecten (figuur 6). Hieruit blijkt dat ondernemers over het algemeen tevreden zijn over de bereikbaarheid en parkeergelegenheid in het centrum. Ook de uitstraling van panden en het centrum als geheel worden als voldoende beoordeeld.

De kwaliteit en diversiteit van het aanbod beoordeelt 35 tot 45% van de respondenten als voldoende of goed. Over het aantal horecabedrijven is men het minst tevreden. Ongeveer de helft vindt dit onvoldoende.

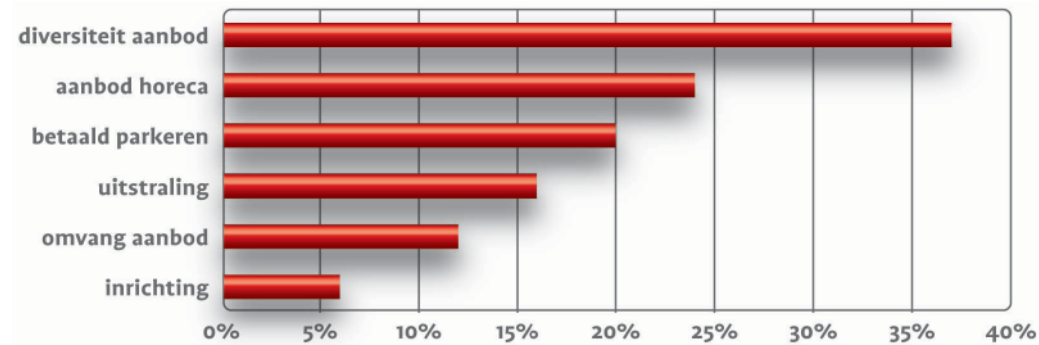
Figuur 6 Beoordeling City Centrum door ondernemers



Figuur 7 Sterke punten City Centrum volgens ondernemers*



Figuur 8 Zwakke punten City Centrum volgens ondernemers*



* Meerdere antwoorden mogelijk

Sterke en zwakke punten

De tweede vraag van de enquête is een open vraag waarin men sterke en zwakke punten van het centrum kon noemen (figuur 7 en 8).

De meest genoemde sterke zijn de bereikbaarheid, uitstraling en parkeergelegenheid van het centrum. Andere sterke punten volgens ondernemers zijn de diversiteit en omvang van het aanbod en het (deels) overdekte inrichting van het centrum.

Meeste genoemde zwakke punten is de diversiteit van het aanbod. Veel ondernemers noemen hierbij dat er teveel of juist te weinig winkels zijn van een bepaalde branche of dat de verdeling binnen een branche scheef is. Andere veel genoemde zwakke aspecten zijn het horeca-aanbod, betaalde parkeren, uitstraling en inrichting van de openbare ruimte.

Beoordeling eigen winkel

Op de vraag wat men vindt van aspecten van de eigen winkel, wordt overwegend positief geantwoord. Aan ondernemers is gevraagd hun eigen winkel te beoordelen op uitstraling, omvang en locatie. Uitstraling en omvang wordt door driekwart als voldoende of goed beschouwd. Circa 5% van de ondernemers geeft aan graag de winkel uit te breiden. Over de locatie is ruim 60% tevreden.

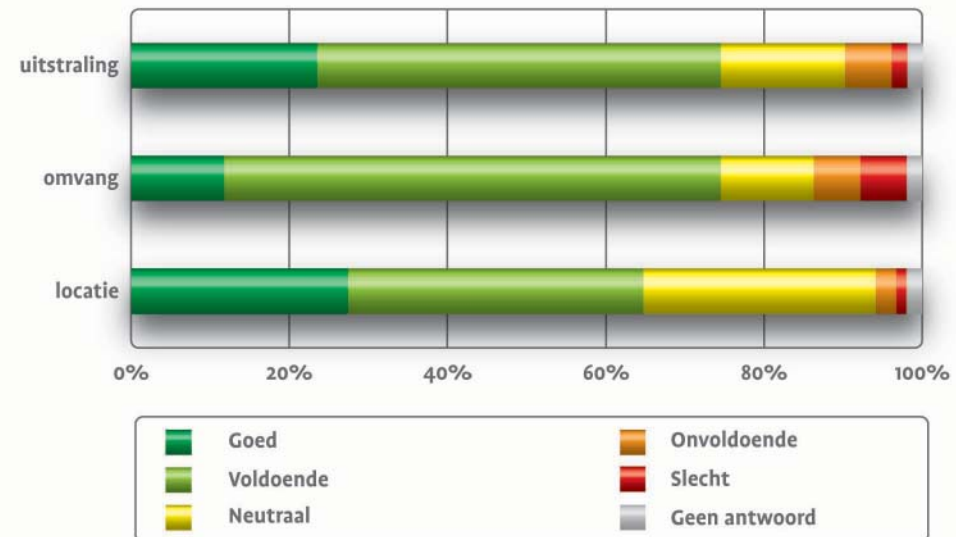


Ondernemers positief over eigen winkel

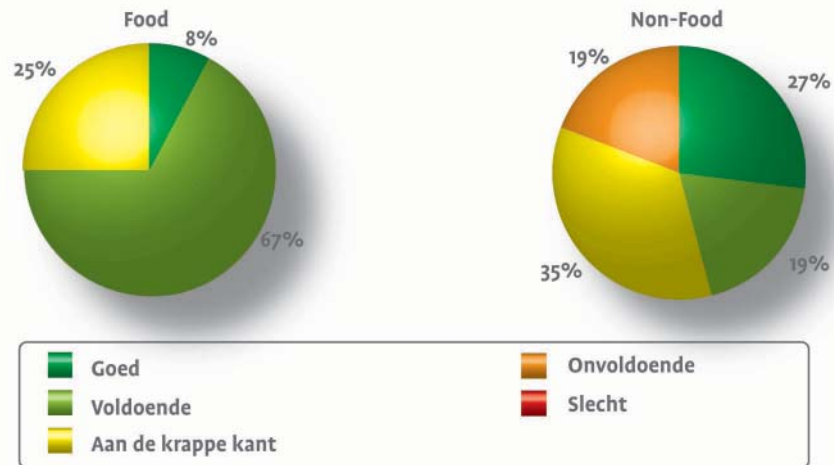


Circa 5% geeft aan behoefte te hebben aan uitbreiding

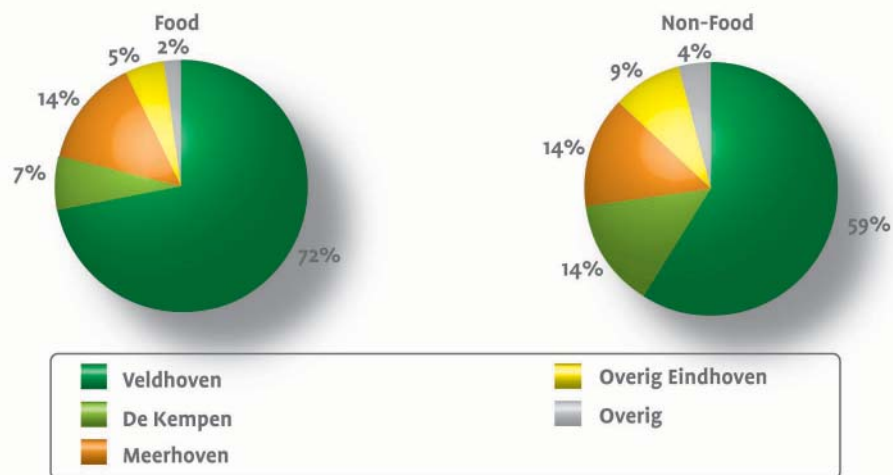
Figuur 9 Beoordeling eigen winkel door ondernemers



Figuur 10 Beoordeling van de omzet door ondernemers



Figuur 11 Herkomst van de omzet volgens ondernemers



Beoordeling omzet

De omzet wordt door ondernemers over het algemeen goed beoordeelt (figuur 10). In de food vindt driekwart van de ondernemers de omzet voldoende of goed. In de non-food is dat bijna de helft. Hier beoordeelt 20% de omzet als onvoldoende.

Herkomst omzet

Uit de vraag naar de herkomst komt naar voren dat bijna 75% van de omzet in food-winkels uit Veldhoven komt. 25% komt van buiten de eigen gemeente. Het grootste deel hiervan komt uit de Eindhovense wijk Meerhoven.

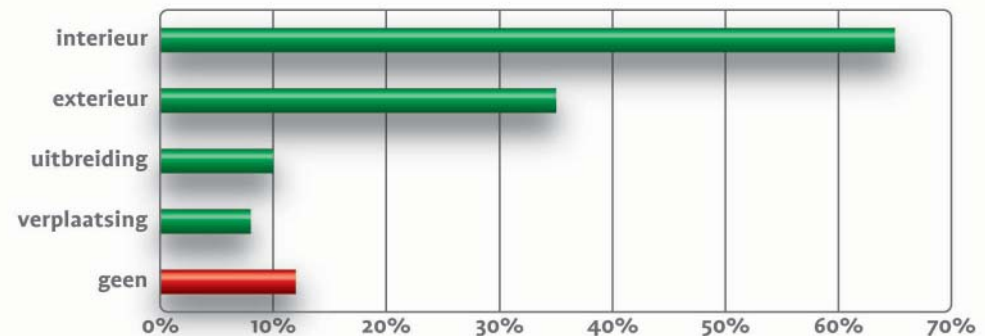
In de non-food is volgens de ondernemers 60% van de omzet afkomstig uit Veldhoven. De overige omzet komt met name uit Meerhoven en De Kempen (beide 14%).

Investerings

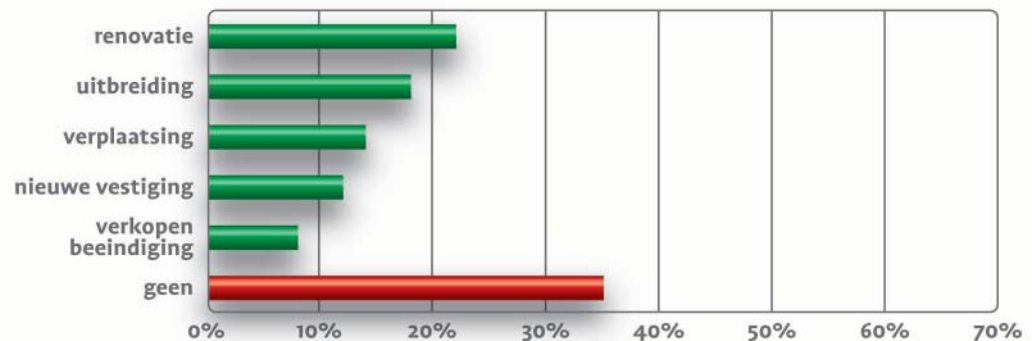
Tot slot is gevraagd naar investeringen in de afgelopen vijf jaar (figuur 12) en plannen voor de komende vijf jaar (figuur 13). Een groot deel van de ondernemers heeft de afgelopen jaren geïnvesteerd, vooral in interieur en exterieur. Slechts 12% heeft niet geïnvesteerd.

Voor de komende jaren heeft ruim eenderde van de respondenten geen investeringsplannen. Circa 22% denkt te gaan renoveren, 18% wil graag uitbreiden.

Figuur 12 Investerings in de afgelopen 5 jaar door ondernemers*



Figuur 13 Geplande investeringen in de komende 5 jaar door ondernemers*



* Meerdere antwoorden mogelijk



Er is afgelopen jaren behoorlijk geïnvesteerd



Centrum functioneert goed



Introverte uitstraling

2.5 Conclusie

Het City Centrum Veldhoven functioneert over het algemeen goed. Het centrum ziet er verzorgd uit, de ruimtelijk-functionele structuur is sterk en de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden zijn voldoende. Dit wordt ook door gevestigd ondernemers aangegeven.

Het City Centrum heeft zowel boodschappen- als recreatief aanbod met een streek-verzorgende functie. De omzet komt niet alleen uit Veldhoven maar ook uit de regio (met name De Kempen en Meerhoven). Er is weinig leegstand en ondernemers beoordelen de eigen omzet overwegend positief.

Wel is de omvang van het totale aanbod beperkt in vergelijking met referentiecentra. De winkels zijn relatief kleinschalig en er zijn relatief weinig recreatieve publiekstrekkingen aanwezig. Bovendien is er weinig (dag)horeca aanwezig. Dit wordt (door een deel van) de ondernemers onderstreept.

Daarnaast heeft het centrum een erg introverte uitstraling. De noordelijke en zuidelijke entrees hebben een onaantrekkelijke en rommelige presentatie richting de doorgaande weg Heemweg.

3 Trends en ontwikkelingen

3.1 Trends in de detailhandel

Bezoekmotief

Bij winkelbezoek hangt het gedrag van de consument vooral samen met het bezoekmotief. Globaal kunnen we een onderscheid maken tussen boodschappen doen, recreatief winkelen en gerichte aankopen met elk hun eigen ruimtelijk patroon*.

Bij boodschappen doen staat de efficiënte aankoop van voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food (o.a. drogist, bloemen) centraal. Verkrijgbaarheid (compleet assortiment) en gemak (reistijd, parkeren, openingstijden) spelen een belangrijke rol. De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum.

Bij recreatief winkelen gaat het om de aankoop van keuzegevoelige artikelen (mode,

cadeau-artikelen, boeken etc.). Het rondkijken en ontspannen is bij recreatief winkelen net zo belangrijk of soms zelfs belangrijker dan de uiteindelijke aankoop. De attractiviteit van een recreatief winkelgebied wordt primair bepaald door de omvang van het modisch recreatieve aanbod en de aanwezigheid van landelijk bekende trekkers (V&D, Hema, H&M, etc.). Een ruim aanbod bijzondere speciaalzaken, aantrekkelijke horeca, een aangename sfeer en goede bereikbaarheid vergroten de attractiviteit van een recreatief winkelgebied.

Bij doelgerichte aankopen gaat het om de aankoop van artikelen in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra. Het gaat vaak om de aankoop van laagfrequente producten met een doelgericht koopmotief. Combinatiebezoek met andere (winkel)voorzieningen vindt beperkt plaats.

Specialisering in winkelgebieden

Meer en meer zien we dat winkelgebieden zich specialiseren naar bezoekmotief en dat consumenten voor specifieke motieven andere winkelgebieden bezoeken. Zo ligt de nadruk in buurt- en wijkcentra op boodschappen doen, in binnensteden op



Streekcentrum speelt in op meerdere bezoekmotieven



Winkels worden steeds groter



Supermarkten zijn belangrijke trekkers

* HBD (2004), Dynamische winkelgebieden

recreatief winkelen en op perifere locaties op gerichte aankopen. Winkelgebieden die in staat zijn voor een bepaald bezoekmotief een voldoende sterk aanbod te bieden, blijken in de praktijk succesvol. Sommige centra zijn in staat in te spelen op meerdere bezoek-motieven. In dat geval wordt per afzonderlijk bezoekmotief een voldoende groot aanbod (kritische massa) geboden in een passende setting, vaak in deelgebieden. Voorbeelden zijn grote stadsdeelcentra en streek-verzorgende stadscentra.

Uitbreiding en schaalvergroting winkelstructuur

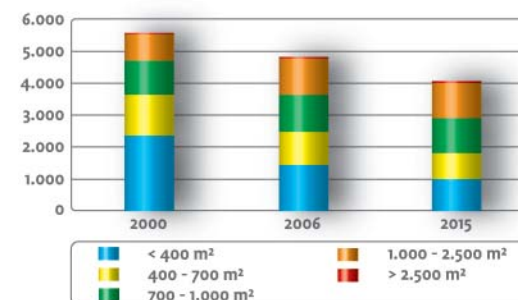
De Nederlandse voorzieningenstructuur is relatief fijnmazig en heeft een hiërarchische opbouw bestaande uit o.a. buurtcentra, wijkcentra en grote binnensteden. Deze traditionele voorzieningenstructuur is in de afgelopen decennia aangevuld met nieuwe winkelgebieden zoals themacentra, winkelclusters op trafficlocaties en grootschalige detailhandelsvestigingen. Hierdoor en als gevolg van schaalvergroting in de reguliere winkelgebieden is het winkelvloeroppervlak in Nederland in de afgelopen 25 jaar verdubbeld en heeft het nu een omvang van ruim 25 miljoen m².

Door de groei van het winkelloppervlak zijn de keuzemogelijkheden fors toegenomen. In beginsel is de consument gericht op het meest nabij gelegen winkelgebied dat in zijn behoefte kan voorzien. Door de toenemende mobiliteit speelt afstand echter steeds minder een rol. Voor kleinere winkelclusters is het moeilijker om aan de toenemende eisen van de moderne consument te voldoen. Die verwacht een compleet aanbod en keuze, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijke massa (m² wvo) voor een winkelgebied neemt dan ook toe en daarmee weer het benodigde aantal consumenten. Op deze wijze vindt schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur.

Schaalvergroting in alle branches

Het gemiddelde winkelvloeroppervlak van winkels is de laatste jaren fors toegenomen. Een volwaardige servicesupermarkt heeft tegenwoordig een minimale omvang van 1.000 à 1.200 m² wvo. Voor de komende jaren verwachten we een verdere afname van kleinschalige supermarkten (< 700 m²) en een toename van het aantal grootschalige supermarkten (> 2.500 m²). Per saldo neemt het aantal supermarkten af (figuur 14).

Figuur 14 Schaalvergroting supermarkten



In kledingwinkels wisselen collecties elkaar steeds sneller af om consumenten voortdurend te prikkelen en te verleiden tot aankopen. Samen met de sterke concurrentie op prijs en assortiment zorgt dit ervoor dat ook in de modebranche het aantal grootschalige winkels toeneemt. Naast traditionele grote aanbieders als C&A en Peek & Cloppenburg vestigen zich nieuwe grootschalige (buitenlandse) modische winkelformules met een brede doelgroep zoals The Sting (gemiddeld ± 800 m² wvo) en Zara (gemiddeld ± 1.150 m² wvo). De nieuwste vestigingen van H&M in Nederland, in bijvoorbeeld het Mosae Forum in Maastricht of het Piazza Center in Eindhoven, hebben een omvang van ± 1.750 à 2.000 m² wvo.

Ook in andere branches als bruin- en witgoed en sport en spel vindt schaalvergroting plaats. Het gemiddeld oppervlak van elektronica-winkel MediaMarkt bedraagt 3.600 m² wvo. Intersport heeft in de grote binnensteden een gemiddeld oppervlak van 1.400 m² wvo. Beide formules richten zich op recreatief winkelen publiek en hebben weinig meer te maken met de traditionele bruin- en witgoed of sportzaak. Door hun brede en diepe assortiment creëren zij hun eigen vraag en bezoekersstroom*. Omdat ze veel bezoekers trekken hebben deze formules een grote toegevoegde waarde in recreatieve centra. Zij kunnen hier fungeren als belangrijke trekkers/anchorstores.

Supermarkt is trekker in boodschappencentra

De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum. In de afgelopen jaren is het aandeel van de supermarkt in de totale bestedingen aan voedings- en genotmiddelen toegenomen ten koste van (vers)speciaalzaken. Schaalvergroting en meer aandacht voor vers (relatief hoge marges) in supermarkten zijn hiervan de oorzaak.

* InRetail (2006), MediaMarkt versterkt winkelcentra

Het stijgende marktaandeel van supermarkten zorgt ervoor dat speciaalzaken het moeilijker krijgen. Tegelijkertijd zorgen supermarkten in een winkelcentrum voor een grote bezoekersstroom. Uit onderzoek* blijkt dat 1/3 deel van de bezoekers aan supermarkten ook één of meer van de nabijgelegen speciaalzaken bezoekt. Dit percentage varieert niet of nauwelijks met de omvang van de supermarkt. Speciaalzaken kunnen daarom meer bezoekers verwachten indien zij nabij een sterk supermarktaanbod gelegen zijn.

Populariteit van winkelen via internet groeit

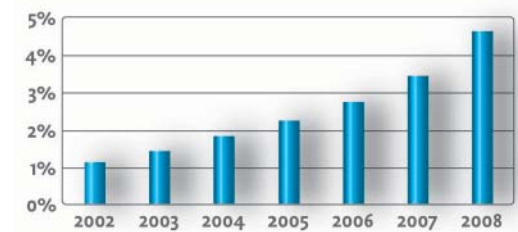
De omzet van Nederlandse internetwinkels stijgt jaarlijks. Succesvolle aanbieders zijn bestaande winkel- en postorderbedrijven die hun activiteiten uitbreiden via internet (Mexx, Wehkamp, Kijkshop) en nieuwe bedrijven als bol.com. Bijna de helft van de Nederlandse winkelketens heeft inmiddels een webwinkel.

Bijna 60% van de totale online bestedingen betreft de verkoop van diensten (vliegtickets, verzekeringen, films, etc.). De overige 40% van de omzet komt uit de verkoop van fysieke

* G.F.B. Stinstra/DTNP (2005), Compleet anders!?

producten via internet. In 2008 bedroegen de totale bestedingen aan non-food producten circa € 2,2 mld. Dat is 4,5% van de totale bestedingen aan non-food in de detailhandel. In 2002 was dat nog 1%.

Figuur 15 Aandeel van totale bestedingen aan non-food via internet*



De fijnmazige voorzieningenstructuur in Nederland draagt ertoe bij dat het kopen via internet waarschijnlijk minder belangrijk zal blijven dan bijvoorbeeld in de Verenigde Staten. In sommige branches (cd, makelaardij, bank, reisbureau) is de invloed van internet toch sterk merkbaar. Vooralsnog gaan marktpartijen ervan uit dat het aandeel van internet als aankoopkanaal beperkt blijft en dat het geen substantiële invloed heeft op de winkelstructuur als geheel.

* HBD (2009) en Thuiswinkel.org (2009)



Ruimtelijke Structuurvisie Veldhoven



Visie Lijnen & Pleinen voor het City Centrum

3.2 Gemeentelijke plannen

Ruimtelijke structuurvisie

Onlangs is de Ruimtelijke Structuurvisie voor Veldhoven opgesteld. Dit is de basis voor toekomstige ruimtelijke ontwikkelingen. Onderdeel is de stedelijke as als verbinding tussen De Run en Meerhoven (Heemweg, Van Hooftlaan). Aan de as worden stedelijke functies gebundeld met centraal het City Centrum. Belangrijke nieuwbouwlocatie is de wijk Zilverackers in het westen. Hierdoor neemt de bevolking toe tot 46.800 inwoners in 2020 en 48.400 inwoners in 2030.*

Visie Lijnen & Pleinen

In 2004 is de visie Lijnen & Pleinen voor het centrum opgesteld. Er wordt ingezet op:

- uitbreiding en verbetering stedenbouwkundige kwaliteit van theater De Schalm;
- toevoeging winkels aan het Meiveld, City Passage west en zuidelijke entree;
- uitbreiding van het zwembad tot sport- en vrijtijdscentrum;
- aaneenschakeling van de parkeergarages Meiveld en City Passage.

* Gemeente Veldhoven (2009), Bevolkingsprognose

3.3 Ontwikkelingen in de regio

Eindhoven binnenstad

In de afgelopen jaren is de binnenstad van Eindhoven behoorlijk versterkt, met name door de realisatie van Piazza met onder andere MediaMarkt en een flink aantal modeketens. Voor de komende jaren staan meerdere (kleinere) projecten gepland waardoor de Eindhovense binnenstad nog verder zal versterken.

Eindhoven Meerhoven

De Eindhovense nieuwbouwwijk wonen na realisatie circa 12.000 inwoners. Momenteel is er een tijdelijk winkelcentrum aanwezig. In de eindsituatie heeft de wijk een winkelcentrum met een omvang van circa 10.000 m² wvo, met onder andere twee supermarkten en warenhuis Hema.

Centrum Best

Voor het centrum van Best, ten noorden van Eindhoven, bestaan plannen voor uitbreiding van het centrum. Het gaat om circa 14.000 m² wvo. Dit betekent bijna een verdubbeling van het winkelaanbod. Wanneer het project gerealiseerd zal worden is nog onbekend.

4 Toekomstmogelijkheden

4.1 Inleiding

In het voorgaande zijn we ingegaan op de huidige situatie. Het winkelaanbod en de ruimtelijk-functionele structuur van het City Centrum is geanalyseerd en beoordeeld. Ook zijn de resultaten van de ondernemersenquête weergegeven en is gekeken naar relevante plannen en ontwikkelingen.

In dit hoofdstuk gaan we in op de toekomstige uitbreidingsmogelijkheden van het City Centrum. Eerst bepalen we de toekomstige functie en positie van het centrum (paragraaf 4.2). Vervolgens gaan we in op de distributieve mogelijkheden (paragraaf 4.3). Dit vertalen we naar kansrijke branches en formules die uitgaande van de gewenste positie niet of ondervertegenwoordigd zijn (paragraaf 4.4). Tot slot gaan we in op de toekomstig gewenste ruimtelijke hoofdstructuur (paragraaf 4.5).

4.2 Functie en positie

Het City Centrum van Veldhoven bestaat zowel uit boodschappen- als recreatief aanbod. Met circa 17.000 m² vwo heeft het vooral een functie voor Veldhoven en een streekverzorgende functie voor met name De Kempen en Eindhoven west.

Mede gelet op het sterke aanbod in concurrerende centra in de omgeving (Eindhoven, Valkenswaard) behoudt het City Centrum in onze optiek ook in de toekomst een streekverzorgende positie. Dit houdt in dat het centrum naast een verzorgingsfunctie voor Veldhoven ook een functie heeft voor de directe omgeving, met name voor De Kempen en Meerhoven. In het verstedelijkte gebied van de regio Eindhoven kan het City Centrum functioneren als een gemakscentrum. Een centrum met een dergelijke positie heeft twee verschillende functies:

- boodschappen: het makkelijk en snel kopen van dagelijkse producten zoals levensmiddelen en frequente non-food;
- recreatief winkelen: het kopen van keuzegevoelige artikelen in een aangenaam verblijfsklimaat.

In een boodschappencentrum staat de efficiënte aankoop van voedings- en genotmiddelen en frequente 'makkelijke' aankopen in non-food centraal. Een compleet aanbod van voldoende omvang en gemak (bereikbaar, parkeren) spelen een belangrijke rol. De kwaliteit en omvang van de supermarkten zijn sterk bepalend voor de trekkracht van het centrum. De aanwezigheid van een warenhuis met vooral huishoudelijke artikelen speelt hierbij ook een belangrijke rol.

In een recreatief winkelcentrum gaat het voornamelijk om de aankoop van keuzegevoelige artikelen (kleding, cadeau-artikelen, boeken). Het rondkijken en ontspannen is net zo belangrijk als de uiteindelijke aankoop. De aanwezigheid van voldoende modisch aanbod en landelijk bekende trekkers is erg belangrijk. In een streekverzorgend centrum is het aanbod minder diep dan in een grote binnenstad maar wel breed, alles is aanwezig. Daarnaast speelt de (dag)horeca en een aangename sfeer een belangrijke rol.



Het City Centrum heeft ook in de toekomst...



... zowel een boodschappenfunctie ...



... als een recreatieve functie

Voor het City Centrum zijn beide functies (boodschappen en recreatief) van groot belang. In een streekverzorgend centrum wordt de basis van winkelveorzieningen in eerste instantie bepaald door boodschappenwinkels met de supermarkten als belangrijkste publiekstrekkers. Alleen als er een goed supermarktaanbod aanwezig is, krijgen andere winkels met dagelijks aanbod potentie. Indien ook dit aanbod haalbaar is, ontstaan kansen voor frequent benodigde artikelen als textiel en huishoudelijke artikelen. Een compleet dagelijks aanbod trekt veel dagelijkse bezoekers aan in het centrum en daardoor ontstaan er ook meer mogelijkheden voor modisch en overig recreatief aanbod.

Uit onderzoek* is gebleken dat in vergelijkbare centra op het meest centrale punt (voor de Hema) ruim eenderde van de passanten ook een supermarkt in het centrum bezoekt. Dit laat zien dat supermarkten ook in centra van zo'n 20.000 m² wvo een belangrijke trekkersrol vervullen.

* DTNP (2008), Onderzoek naar rol van supermarkten in dorps- en stadscentra

Bij het bepalen van de (toekomstige) positie van het City Centrum kan van deze stapeling van winkelaanbod uitgegaan worden met de supermarkten en warenhuizen als basis. In een winkelcentrum met een groter supermarktaanbod is doorgaans ook meer overig winkelaanbod haalbaar.

Een winkelcentrum kan pas primair als recreatief winkelgebied functioneren als er voldoende kritische massa aan winkelaanbod in recreatieve branches aanwezig is. Mede gelet op de positie van het City Centrum ten opzichte van de binnenstad van Eindhoven (110.000 m² wvo) is dit voor Veldhoven niet haalbaar. De combinatie met dagelijkse aankopen blijft voor het functioneren van het City Centrum van groot belang.

4.3 Marktpotenties

Om te bepalen of er marktruimte is voor versterking van het centrum maken we een indicatieve berekening van het potentiële winkelaanbod in de hele kern Veldhoven in 2020 en 2030. We gaan in deze berekeningen uit van een optimale toekomstige situatie in het centrum bestaande uit:

- eigentijds en aantrekkelijk aanbod;
- compacte heldere winkelstructuur;
- goede bereikbaarheid en parkeren;
- aantrekkelijk verblijfsklimaat.

We maken onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen en winkels in duurzame en overige goederen zonder tuincentra, woninginrichting en doe- het-zelf. Aan de hand van koopstromenonderzoek, gegevens over omzet en bestedingen, algemene kengetallen en ervaringscijfers berekenen we het toekomstig haalbare winkelaanbod. We beperken ons hier tot de belangrijkste conclusies van de indicatieve berekeningen. Uitleg over de gehanteerde variabelen is te vinden in bijlage 4.

* Gemeente Veldhoven (2009), Bevolkingsprognose

Tabel 2 Indicatieve berekening distributieve mogelijkheden winkels in voedings- en genotmiddelen in Veldhoven

	2020	2030
Aantal inwoners	46.800	48.400
Omzet/inwoner (ex. BTW)	€ 1.910	€ 1.910
Koopkrachtbinding	90%	90%
Koopkrachttoevloeiing	10%	10%
Totale omzet	€ 89 mln	€ 92 mln
Omzet/m ² (ex. BTW)	€ 7.000	€ 7.000
Haalbaar aanbod (wvo)	12.700 m ²	13.200 m ²
Aanwezig aanbod(wvo)	11.100 m ²	11.100 m ²
Uitbreidingspotentie (wvo)	1.700 m ²	2.100 m ²

Tabel 3 Indicatieve berekening distributieve mogelijkheden winkels in duurzame en overige goederen (exclusief woninginrichting, tuincentra en doe-het-zelf) in Veldhoven

	2020	2030
Aantal inwoners	46.800	48.400
Omzet/inwoner (ex. BTW)	€ 2.320	€ 2.320
Koopkrachtbinding	60%	60%
Koopkrachttoevloeiing	40%	40%
Totale omzet	€ 109 mln	€ 112 mln
Omzet/m ² (ex. BTW)	€ 3.300	€ 3.300
Haalbaar aanbod (wvo)	32.900 m ²	34.000 m ²
Aanwezig aanbod(wvo)	25.800 m ²	25.800 m ²
Uitbreidingspotentie (wvo)	7.000 m ²	8.200 m ²



Het City Centrum als groot streekcentrum..



...heeft behoorlijke uitbreidingspotenties in food...



... en non-food sector

Voedings- en genotmiddelen

Uit recent onderzoek* komt een koopkrachtbinding in de dagelijkse sector in Veldhoven naar voren van 83%. Uitgaande van versterking van het aanbod en optimale randvoorwaarden achten wij in de toekomst een binding reëel van 90% voor winkels in voedings- en genotmiddelen. Dit ligt op het gemiddelde niveau in referentiekernen (vergelijkbaar inwonertal en ligging ten opzichte van grotere kern)**. Aan de hand van gemeentelijke bevolkingsprognoses en een gemiddelde toevloeiing van 10% komen we tot een uitbreidingsruimte van 1.700 tot 2.100 m² wvo in winkels in voedings- en genotmiddelen (tabel 2). Een deel hiervan kan benut worden in het City Centrum (zie detailhandelsvisie).

Duurzame en overige goederen

Uit onderzoek blijkt verder dat de binding in de niet-dagelijkse sector in heel Veldhoven momenteel 52% bedraagt. Dit ligt iets onder het gemiddelde (55-60%). Als we ervan uitgaan dat het centrum de komende jaren fors versterkt wordt, is in onze optiek een

* BRO (2009), Koopstromenonderzoek Stadsregio Eindhoven

** Bolt (2003), Winkelvoorzieningen op waarde geschat

hogere koopkrachtbinding mogelijk. Voor het toekomstige winkelaanbod in duurzame en overige goederen (exclusief woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra) gaan we uit van een koopkrachtbinding van maximaal 60%. Omdat Veldhoven een relatief grote streekfunctie heeft (De Kempen, Meerhoven) hanteren we een relatief hoge toevloeiing van 40%. Gemiddeld ligt dit op 30 tot 35%.

Uitgaande van deze koopstromen is in winkels in duurzame en overige goederen (ex woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra) 7.000 tot 8.200 m² wvo uitbreidingsruimte in Veldhoven. Deze potenties kunnen geheel in het centrum benut worden (zie detailhandelsvisie).

Totale uitbreidingspotenties

Op basis van de indicatieve berekening is een totale uitbreidingspotentie haalbaar van 8.700 tot 10.300 m² wvo in 2030 van winkels in voedings- en genotmiddelen en duurzame en overige goederen (ex. woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra). Van belang is dat het aanbod aantrekkelijker wordt en belangrijke voorwaarden (verblijfsklimaat, bereikbaarheid en parkeren) worden verbeterd. Alleen dan zijn de benodigde koopstromen te realiseren.

4.4 Kansrijke branches en formules

Om nader inzicht te krijgen in de gewenste invulling van de uitbreiding, maken we een vergelijking met referentiecentra die een zelfde positie hebben als het City Centrum in de toekomst (figuur 16). Aan de hand van deze vergelijking gaan we in op branches en formules die ondervertegenwoordigd zijn.

Voedings- en genotmiddelen

Uit de vergelijking komt naar voren dat het aanbod in voedings- en genotmiddelen redelijk overeenkomt met dat van referentiecentra. In stadsdeelcentrum Leiweg en Heerhugowaard centrum is meer aanbod aanwezig en bestaat het uit grootschalige servicesupermarkten (> 2.500 m² wvo) en een discounter in Heerhugowaard. Rekening houdend met de uitbreidingspotenties en de ambitie tot versterking van het City Centrum is uitbreiding van het supermarktaanbod gewenst. Dit kan door schaalvergroting zodat de supermarkten zich kunnen onderscheiden van aanbod in de omgeving en beter passen bij de streekverzorgende functie. Ook kan een discounter toegevoegd worden (eventueel verplaatsing van elders in Veldhoven).

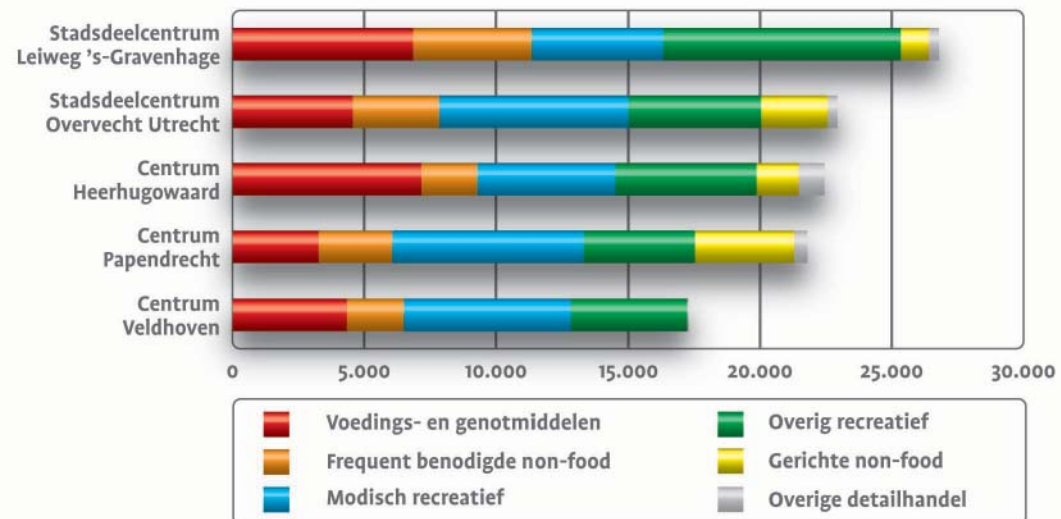


Stadsdeelcentrum Leiweg 's-Gravenhage



Centrum Heerhugowaard

Figuur 16 Winkelaanbod Veldhoven City Centrum en in referentiecentra (m² wvo)



Bron: Locatus, oktober 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners

Duurzame en overige goederen

Uit de vergelijking komt naar voren dat het aanbod in het centrum in enkele branches is ondervertegenwoordigd: zoals huishoudelijke artikelen, kleding, schoenen, sport en spel en elektronica. In persoonlijke verzorging, dieren en planten, optiek en juwelier, hobby, boeken en cd's, warenhuis en fietsen en auto-accessoires is het aanbod voldoende.

In huishoudelijke artikelen is slechts een kleinschalige Blokker aanwezig die uitgebreid zou kunnen worden. Daarnaast is in deze branche toevoeging van een nieuwe winkel- (formule) met een eigentijdse omvang (500 m² wvo) gewenst.

Het modische aanbod is in omvang vergelijkbaar met referentiecentra. Opvallend is wel dat het veelal gaat om kleine winkels. Schaal-

vergroting is ook hier belangrijk. Daarnaast ontbreekt een sterke trekker (bijvoorbeeld H&M) en aanbod in het hogere midden-segment (bijvoorbeeld Esprit, Mexx).

Ook in schoenen en lederwaren kan schaalvergroting plaats vinden. Ook kunnen nieuwe winkels toegevoegd worden in zowel het hogere (bijvoorbeeld Invito, Sacha) als lagere segment (zoals Schoenenreus, Scapino).

Tabel 4 Indicatie uitbreidingsmogelijkheden per branche in het City Centrum aan de hand van een vergelijking met de branchering in referentiecentra (m² wvo)

	Subbranche	Huidige omvang	Uitbreidingspotenties	
Voedings- en genotmiddelen	Supermarkten	3.600	1.600 - 2.000	• Schaalvergroting AH, Jumbo • Toevoeging discounter (Aldi, Lidl)
Duurzame en overige goederen	Huishoudelijke artikelen	440	800 - 1.000	• Schaalvergroting Blokker • Toevoeging nieuw aanbod (Marskramer, Kijkshop, Xenos, Hoyng)
	Kleding	5.300	1.500 - 2.000	• Schaalvergroting bestaande winkels • Toevoeging nieuw aanbod (H&M, Esprit, Mexx)
	Schoenen en lederwaren	1.000	800 - 1.000	• Schaalvergroting bestaande winkels • Toevoeging nieuw aanbod (Schoenenreus, Scapino, Invito, Sacha)
	Sport en spel	450	800 - 1.000	• Toevoeging nieuw aanbod (Intersport, Sport2000, Bart Smit)
	Elektronica	660	1.500 - 3.000	• Schaalvergroting bestaand aanbod • Toevoeging nieuw aanbod (Scheer&Foppen, Saturn)
	SUBTOTAAL		5.400 - 8.000	
Woninginrichting		0	1.000 - 1.200	• Toevoeging nieuw aanbod (Decorette, LifeStyle, SissyBoy Homeland)
Horeca		-	600 - 1.000	• Toevoeging nieuw aanbod (La Place, Delifrance, zelfstandig ondernemers)
TOTAAL			8.600 - 12.200	

Het aanbod in sport en spel is met circa 450 m² wvo bestaande uit Intertoys en Aktiesport erg klein. Er kan zowel een speelgoedwinkel (zoals Bart Smit) als sportzaak (bijvoorbeeld Intersport, Sport 2000) toegevoegd worden.

Het aanbod in elektronica bestaat naast enkele telefoonwinkels momenteel uit Dixons en een kleinschalige IT'S. Deze laatste formule zou fors uitgebreid kunnen worden. Het aanbod kan ook versterkt worden door toevoeging van nieuwe aanbieders (zoals Scheer & Foppen of Saturn).

Woninginrichting

In het City Centrum is momenteel nauwelijks aanbod in woninginrichting gevestigd, terwijl dat in veel stadscentra wel het geval is. Het gaat dan veelal om (kleinschalige) woonaccessoirewinkels die (voor een deel) aansluiten bij recreatief winkelen. In het centrum van Veldhoven is een aanbod aan woonaccessoirewinkels mogelijk van 1.000 tot 1.200 m² wvo. Bij de invulling kan gedacht worden aan formules als Decorette, Lifestyle of wellicht SissyBoy Homeland. Daarnaast worden dergelijke winkels vaak gerund door zelfstandig ondernemers.

Horeca

In de referentiecentra is sprake van circa 10 horecagelegenheden. In het City Centrum bestaat het horeca-aanbod uit 6 bedrijven. Dit aanbod kan in de toekomst uitgebreid worden met enkele voorzieningen. Het gaat dan vooral om toevoeging van winklondersteunende dag- en avondhoreca dat aansluit bij recreatief winkelen.

Gedacht kan worden aan een broodjeszaak (Bagels en Beans), lunchroom (la Place, Delifrance), grand café of een ijssalon. Gemiddeld heeft een dergelijke horeca-voorziening een omvang van 150 tot 250 m² wvo. Uitgaande van toevoeging van 4 bedrijven is een uitbreidingsruimte haalbaar van 600 tot 1.000 m² wvo.

Uitgaande van de vergelijking met het aanbod in referentiecentra en de omvang die bepaalde winkel(formule)s tegenwoordig eisen, kan het aanbod in Veldhoven City Centrum uitgebreid worden met 8.600 tot maximaal 12.200 m² wvo. De uiteindelijke uitbreiding hangt in grote mate af van de type formules die zullen vestigen.



Elektronicazaak



Woonaccessoires



Winklondersteunende horeca

5 Gewenste ruimtelijk-functionele structuur

5.1 Inleiding

Om het centrum van Veldhoven als geheel te versterken en daarmee de aantrekkingskracht op consumenten te vergroten, is een goede ruimtelijke inpassing van de uitbreiding van het winkelaanbod van groot belang. In dit laatste hoofdstuk gaan we in op de gewenste ruimtelijke-functionele structuur van het City Centrum voor de toekomst.

In paragraaf 5.2 komt de gewenste structuur op hoofdlijnen aan bod. Vervolgens maken we een globale uitwerking voor de deelgebieden City Passage (paragraaf 5.3) en Meiveld (paragraaf 5.4). Voor elk deelgebied geven we enkele scenario's voor uitbreiding van het winkelaanbod en de ruimtelijke inpassing ervan. Het gaat hierbij om richtinggevende voorstellen die input zijn voor vertaling van het functionele programma naar de ruimtelijke inpassing. Bij de stedenbouwkundige uitwerking is nadere invulling van de scenario's nodig met ruimte voor ontwerp en verfijning.

5.2 Hoofdstructuur

Voor de toekomst gaan wij uit van behoud van de bestaande hoofdstructuur (kaart 8). Deze structuur is compact, helder en duidelijk. Door de uitbreidingsmeten op de juiste locaties in te passen kan dit verder versterkt worden. Er zijn vier belangrijke uitgangspunten:

- boodschappen aan de noord- en zudentree met een goede uitstraling;
- recreatief winkelen in het middendeel (City Passage en Pleintjes);
- heldere parkeerrouwing;
- verblijven op centraal plein Meiveld.

Boodschappen aan de entrees

In de huidige situatie is het supermarktaanbod gevestigd aan de koppen van het centrum, aan de doorgaande weg. In onze optiek blijft dit ook in de toekomst het geval. Supermarkten zorgen voor grote bezoekersstromen. Door vestiging aan de entrees vormen supermarkten, in combinatie met voldoende parkeren, belangrijke bronpunten. Dit zorgt voor een evenwichtige structuur. Daarnaast kan door deze ligging het laden en lossen aan de rand van het centrum worden opgevangen. Belangrijk uitgangspunt is dat zowel aan de

noord- als de zuidzijde de uitstraling van de supermarkten wordt verbeterd. Momenteel laat de zichtbaarheid en uitstraling te wensen over. De ligging aan de Heemweg biedt goede kansen voor het verbeteren hiervan.

Recreatief winkelen in City Passage

Het recreatieve aanbod is vooral aanwezig in City Passage en Pleintjes. Uitbreiding van het recreatieve aanbod vindt bij voorkeur ook in dit gebied plaats. Recreatieve trekkers in mode, sport en elektronica hebben behoefte aan locaties met hoge bezoekersstromen (A1-winkelgebied). Het ligt voor de hand de uitbreiding te zoeken ten westen van de City Passage, aangezien daar fysieke ruimte aanwezig is en recreatieve trekkracht ontbreekt. Ook zijn er goede mogelijkheden voor laden en lossen die met name voor een (grootschalige) elektronicazaak van belang zijn. Behoud van een recreatieve trekker in het midden van Pleintjes is dan voor een evenwichtige structuur wel erg belangrijk.

Heldere parkeerroute

Voor het versterken van de winkelstructuur is ook een duidelijke en overzichtelijke parkeersituatie gewenst. Vooral voor supermarkten is

belangrijk. Voor verbetering van de huidige parkeerrouting zijn de parkeerlocaties rondom de supermarkten bij voorkeur direct bereikbaar vanaf de doorgaande weg. Hiervoor is het gewenst dat de parkeergarage onder het Meiveld (en door aaneenschakeling later ook de garage City Passage) direct vanaf de Heemweg toegankelijk is. Parkeren rondom de supermarkt in het zuiden is bij voorkeur direct via de Bossebaan te bereiken. Hierdoor ontstaat vanaf beide aanrijroutes een heldere parkeerlocatie direct nabij publiekstrekkers. Parkeerlocaties aan de oostkant van het centrum (met een relatief hoge parkeerdruk) worden bij voorkeur zoveel mogelijk exclusief voor bewoners toegankelijk gemaakt. Kort- en langparkeerders worden gescheiden waardoor een duidelijke parkeersituatie in en rondom het centrum ontstaat.

Verblijven op het Meiveld

Het verblijfsklimaat op het Meiveld dient verbeterd te worden. Ten eerste is het belangrijk dat er meer winkels gevestigd worden aan het plein (nu slechts 5). Een groter aanbod zorgt voor meer bezoekers en meer levendigheid. Daarnaast is invulling van blinde wanden met publieksgerichte voorzieningen (winkels)

gewenst. Ten derde is voor het verblijfsklimaat meer dag- en avondhoreca nodig, bij voorkeur gevestigd in de oostelijke wand van het plein (in de middag- en avondzon).

Overige functies

Naast een horecaconcentratie op het Meiveld is enige toevoeging van horeca op andere locaties in het centrum gewenst. Gedacht kan worden aan winklondersteunende horeca aan de westkant van de City Passage en aan Pleintjes (bij Postkantoor, Jumbo/Bovendeert en Blokker/Hema). Hierdoor ontstaan kleine rustpunten verspreid over het centrum.

Dienstverlenende functies als financiële instellingen, makelaars en uitzendbureau's zijn bij voorkeur zoveel mogelijk aan de randen van of net buiten het centrum gevestigd. Deze functies verlangen veelal parkeren voor de deur en worden nauwelijks bezocht in combinatie met winkels. Concentratie van dergelijke functies aan de aanrijroutes (zoals Heemweg, Burgemeester van Hoofflaan, Bossebaan, Geer) is gewenst. De Horst (in de luwte van het winkelgebied) kan een functie hebben voor kleinschalige dienstverlenende bedrijfjes en speciaalzaken.



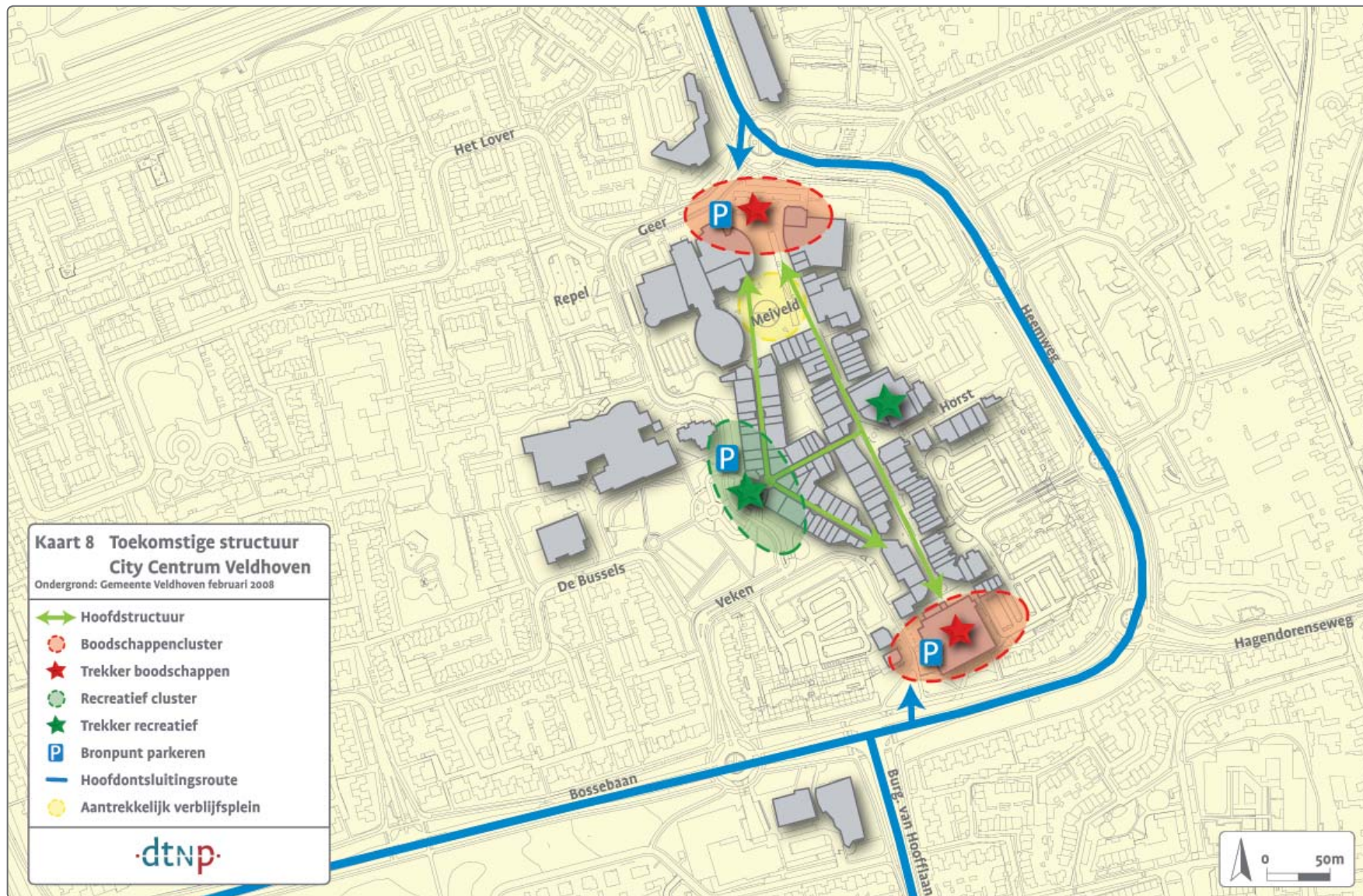
Boodschappen doen aan de noordelijke entree..



... en de zuidelijke entree



Recreatief winkelen in het middendeel



5.3 Uitwerking City Passage

Bij de uitwerking voor het deelgebied City Passage zijn de volgende ruimtelijk-functionele uitgangspunten te noemen:

- toevoegen van voldoende winkelruimte voor recreatief winkelaanbod (7.000 à 8.000 m² bvo);
- schaalvergroting van bestaande winkelunits tot een omvang variërend van 150 tot 500 m² bvo;
- ruimte bieden aan enkele grote publieks-trekkers (1 unit van ± 3.000 m² bvo en 3 units van ± 1.000 m² bvo);
- winkelondersteunende horeca als schakel tussen het park en de City Passage, door een transparante uitstraling en een ingang aan het park én in de passage;
- ingangen van publiekstrekkers en horeca zoveel mogelijk aan het centrale plein en de noord-zuidrouting in de City Passage;
- interne bevoorradingshoven aan noord- en zuidkant en voldoende ruimte voor draaien en keren van vrachtwagens zonder dat ze op Minneveld komen;
- voldoende extra parkeercapaciteit bij uitbreiding winkelaanbod (200-300 extra parkeerplaatsen);

- woningen aan de westzijde van de City Passage met de voordeur aan het park.

Voor het realiseren van deze uitgangspunten bestaan in onze optiek twee richtinggevende varianten die input kunnen zijn voor de stedenbouwkundige uitwerking:

- scenario 1: uitbreiding van het winkel-aanbod op maaiveld in westelijke richting;
- scenario 2: uitbreiding van het winkel-aanbod voor een deel op maaiveld in westelijke richting en voor een deel op verdieping aan de westzijde.

In de kaarten 9 en 10 zijn deze scenario's weergegeven en zijn enkele belangrijke ruimtelijk-functionele criteria aangegeven.

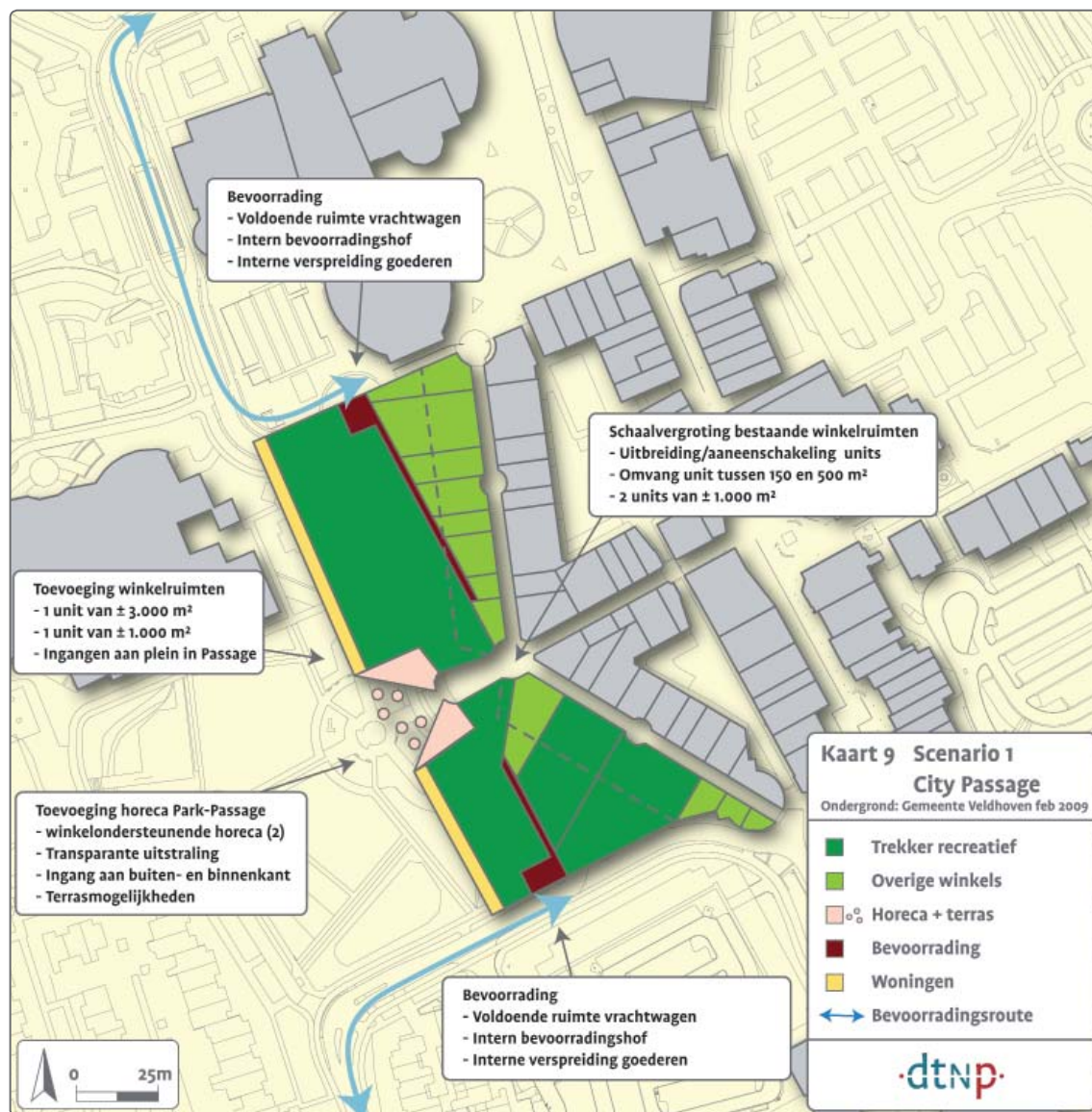
Scenario 1 Uitbreiding op maaiveld

Om ruimte te creëren voor de benodigde nieuwe winkelmeters wordt de City Passage in scenario 1 naar het westen uitgebreid (kaart 9). Dit biedt goede mogelijkheden voor schaalvergroting en toevoeging van aanbod en de huisvesting van enkele recreatieve publiekstrekkers. Bij uitbreiding tot aan het zwembad ontstaat circa 7.000 m² nieuwe winkelruimte en dat is voldoende voor het

faciliteren van een grote unit van circa 3.000 m² en drie units van circa 1.000 m². De ingangen van deze publieks-trekkers worden bij voorkeur geconcentreerd aan het centrale plein in het midden van de passage of aan de noord-zuidroute.

De bevoorradings hoven kan door middel van twee bevoorradingshoven aan de zijanten van het gebouw. Via de beide bestaande aanrijroutes kunnen vrachtwagens een intern bevoorradingshof inrijden, waar vervolgens in het gebouw de verspreiding van goederen naar de winkels kan plaatsvinden. Hierdoor wordt mogelijke overlast beperkt. Er is wel voldoende ruimte nodig voor de noodzakelijke draaicirkels die vrachtwagen moeten maken. Het is niet de bedoeling dat de vrachtwagens het Minneveld hiervoor gebruiken.

In deze variant heeft de horeca een belangrijke functie en kan mogelijk versterkt worden met een mogelijkheid voor zowel een terras in de passage als aan de buitenzijde aan het park. Het gaat om winkelondersteunende horeca met een open uitstraling die kan dienen als verbinding tussen het park en het winkelgebied. Er ontstaat een



aantrekkelijke locatie om tijdens het winkelen (in de Passage) en pauze te nemen en iets te drinken of te eten. Ook als de City Passage gesloten is, kan de horeca via de buitenkant bezocht worden. Dit is momenteel al het geval. Wel is een meer open uitstraling richting het park gewenst.

De City Passage wordt aan de buitenkant (aan het park en eventueel aan Meiveld en Minneveld) 'ingepakt' met woningen. Er kan een buitenruimte op de passage worden gerealiseerd (boven de nieuwe winkelruimte). Belangrijk uitgangspunt is dat de gevels van de nieuwe bebouwing aan de buitenkant een open en representatief karakter hebben om onaantrekkelijke wanden te voorkomen.

Scenario 2 Uitbreiding op maaiveld en verdieping

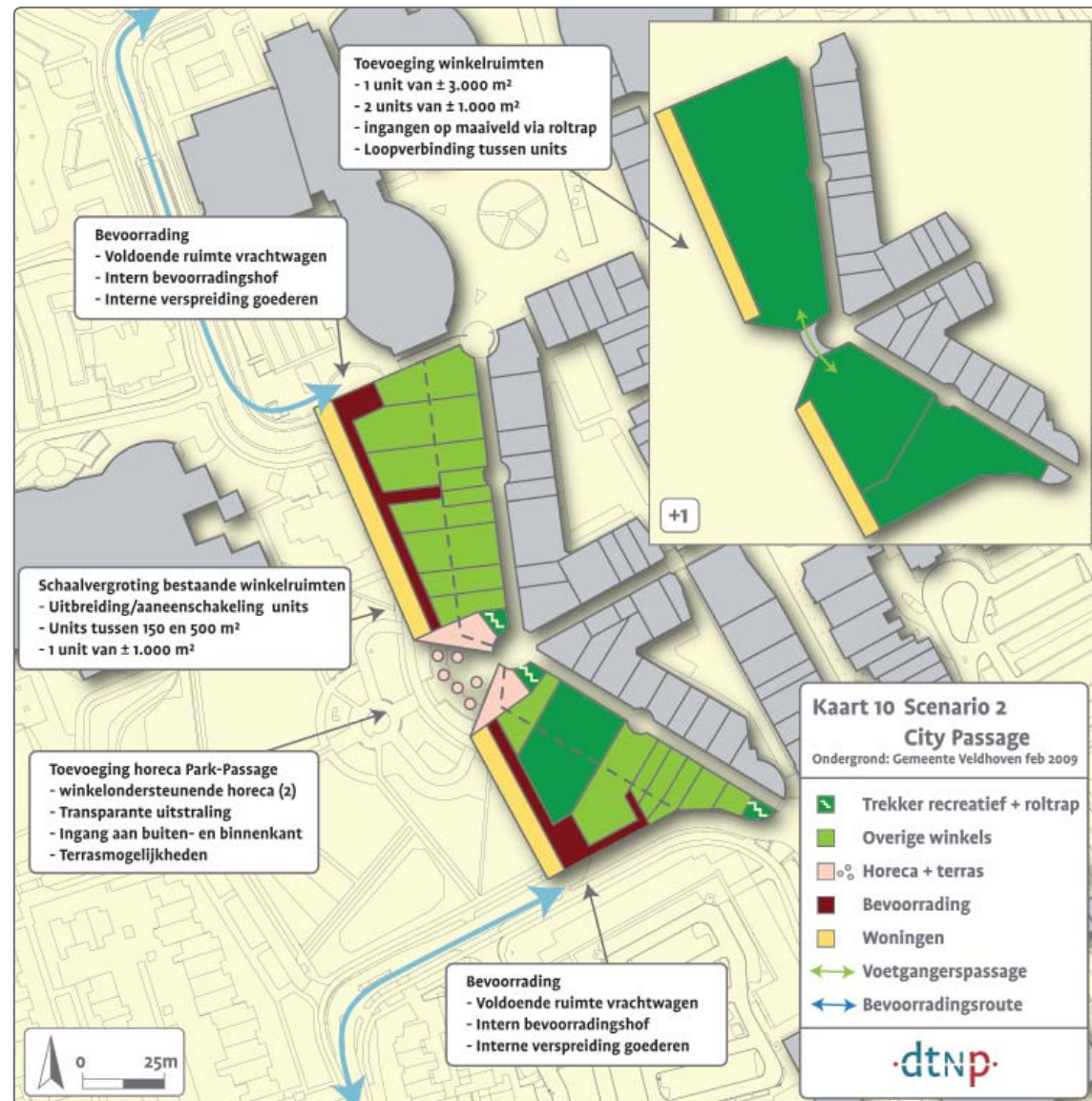
Het belangrijkste verschil met scenario 1 is dat in scenario 2 het grootste deel van de nieuwe winkelmeters op de eerste verdieping van het westelijke deel van de Passage wordt gerealiseerd (kaart 10).

Door de eerste verdieping bij de uitbreiding te betrekken is wat meer nieuwe winkelruimte te creëren (circa 8.000 m²). De winkelruimte die

ontstaat op de eerste verdieping is mogelijk aantrekkelijk voor grootschalige winkel-formules in bijvoorbeeld elektronica of sport die kunnen fungeren als publiekstrekkers. Doordat dergelijke winkels hoofdzakelijk doelgericht bezocht worden, is vestiging op verdieping naar verwachting geen probleem. Een grootschalige modische trekker is in dit geval, door het hoofdzakelijk recreatieve bezoek, minder geschikt voor vestiging op de eerste verdieping. Een dergelijke winkel is bij voorkeur direct aan de doorgaande passage op maaiveld gelegen.

De uitbreiding op maaiveld in westelijke richting is ten opzichte van scenario 1 minder groot, waardoor meer ruimte overblijft voor het park. Aan de westkant van de City Passage kunnen appartementen gerealiseerd worden. Net als in scenario 1 is het van belang dat de gevels van de nieuwe bebouwing een open en representatieve uitstraling hebben. 'Blinde' wanden moeten zoveel mogelijk worden voorkomen.

De winkelruimten op +1 zijn geschikt voor grote winkelunits die via een interne ontsluiting of via een (rol)trap vanaf het



maaiveld in de Passage te bereiken zijn. Deze ingangen worden bij voorkeur zoveel mogelijk geconcentreerd aan het centrale plein. Op de eerste verdieping is een voetgangers-verbinding tussen de winkel in het noordelijke en de winkel in het zuidelijke deel mogelijk.

De combinatie van een betere relatie met het park, opgangen naar publiekstrekken en goede horeca zorgt ervoor dat het centrale plein een aantrekkelijke en levendige plek wordt. Ook in dit scenario heeft de horeca een belangrijke functie voor het open karakter van de passage aan de westkant en een schakelfunctie tussen het park en het winkelgebied.

Doordat de City Passage meer volume krijgt (twee verdiepingen) kan een 'groter gebaar' gemaakt worden naar het Meiveld. Daarnaast sluit de Passage dan beter aan op de hoogten van bestaande gebouwen (o.a. gemeentehuis) aan het Meiveld (circa 10 tot 12 meter).

De bevoorrading kan net als in scenario 1 aan de zijkanten van het gebouw opgelost worden. Via de interne bevoorradingshoven zijn alle winkelunits te bereiken, ook de units op de eerste verdieping (via een lift). Vrachtwagens

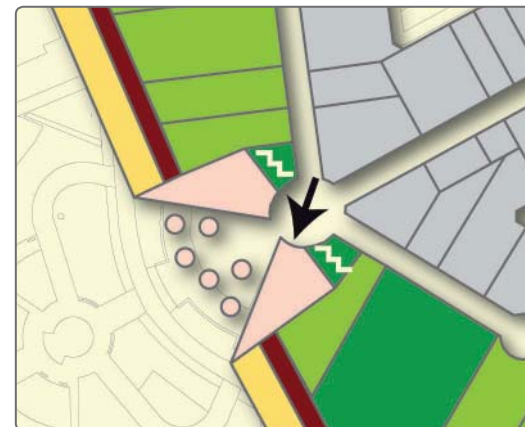
hebben voldoende ruimte nodig om te kunnen draaien zonder dat ze het Minneveld oprijden. Doordat het winkelaanbod in de City Passage uitgebreid wordt, zal de vraag naar parkeerplaatsen ook toenemen. Uitgaande van algemene parkeergetallen zijn bij uitbreiding van winkelaanbod met 7.000 tot 8.000 m² zo'n 200 tot 300 extra plaatsen nodig. Voor een deel kan deze extra vraag opgevangen worden in de huidige parkeergarages waar de parkeerdruk momenteel relatief laag is. Of dit voldoende is, dient nader onderzocht te worden. Er zijn mogelijkheden voor vergroting van de parkeergarage onder de uitbreiding van de Passage.

Beide scenario's kunnen als input dienen voor een nadere uitwerking voor de City Passage. Bij realisatie van scenario 2 is het de vraag of de bestaande constructie van de City Passage geschikt is voor bouwen op verdieping, of dat aanpassing hiervan noodzakelijk is. In het laatste geval kunnen de kosten hoog oplopen. Ander aandachtspunt bij scenario 2 is de vraag of de bestaande winkels tijdens de verbouwing open kunnen blijven. In scenario 1 zijn de mogelijkheden hiervoor groter.

Op de volgende pagina's zijn enkele impressies weergegeven van de toekomstige situatie van de City Passage in scenario 2. Deze impressies zijn richtinggevend en bedoeld om een indruk te geven van hoe de City Passage in de toekomst eruit kan zien.



Huidige situatie City Passage centraal plein



Kijkrichting





Huidige situatie City Passage westzijde



Kijkrichting



5.4 Uitwerking Meiveld

Bij de uitwerking voor het deelgebied Meiveld/Geer zijn de volgende ruimtelijk-functionele uitgangspunten van belang:

- aantrekkelijkere uitstraling van het theater richting Meiveld én Heemweg;
- versterken van het supermarktaanbod met ingangen aan het Meiveld;
- voldoende extra parkeercapaciteit bij uitbreiding van het supermarktaanbod;
- goede mogelijkheden voor bevoorrading met beperking van de overlast voor omwonenden en ander verkeer;
- toevoeging van winkelondersteunende horeca aan het plein, bij voorkeur aan de oostkant in verband met bezonning;
- invullen van de blinde wand van het gemeentehuis op maaiveld met winkels. Hierdoor ontstaat een aantrekkelijkere wand, meer levendigheid en wordt de relatie met de City Passage verbeterd;
- aantrekkelijkere uitstraling naar de Heemweg door toevoeging van winkel-functies in de oostwand van het theater en de noordoostkop van het Meiveld;
- verduidelijken van de parkeerroute door een directe parkeergarage-ingang aan de

Heemweg, aaneenschakeling van de garages Meiveld-City Passage en een uitgang via Geer. Onderzoek naar de fysieke mogelijkheden is nodig;

- parkeren aan Lei (achter supermarkt) alleen toegankelijk voor langparkeerders. Centrumbezoekers maken gebruik van de parkeergarage. Hierdoor ontstaat een scheiding tussen kort- en langparkeren en is de parkeersituatie duidelijker;
- verbeteren van de stedenbouwkundige kwaliteit door een kleine uitbreiding van de begane grond van het pand van Albert Heijn naar het westen. Er ontstaat een zichtrelatie vanaf Pleintjes.

Voor opwaardering van het Meiveld bestaan drie scenario's die vooral verschillen in de omvang en samenstelling van het supermarktaanbod. De volgende varianten zijn input voor een nadere stedenbouwkundige uitwerking:

- scenario 1: verkleining van de service-supermarkt en toevoeging van een discounter in de vrijkomende ruimte;
- scenario 2: vergroting van de service-supermarkt in oostelijke richting;
- scenario 3: integrale herontwikkeling van grootschalige supermarkt en het theater.

In scenario 1 en 2 gaan we uit van bestaande plannen voor theater De Schalm, gebaseerd op Lijnen & Pleinen*. Dat betekent uitbreiding van de zaal op de huidige locatie, commerciële ruimten in de oostwand, horeca aan het plein en dienstverlening aan Geer. In scenario 3 gaan we uit van aanpassing van de plannen voor De Schalm.

Scenario 1 Verkleining huidige supermarkt

Door verkleining van de huidige Albert Heijn ontstaat een servicesupermarkt met vooral een functie voor de direct omwonenden en passanten in het centrum. De vrijkomende ruimte kan ingevuld worden door een discountsupermarkt waardoor, ondanks verkleining van de servicesupermarkt, versterking van de boodschappenfunctie plaatsvindt (kaart 11). Het aantal bezoekers zal iets toenemen. Met de ingangen aan Meiveld zal het plein levendiger worden.

Een betere uitstraling van de supermarkt richting de Heemweg is gewenst. De huidige locatie biedt hiervoor echter beperkte mogelijkheden. Door het nieuwe pand aan de

* LAgroup (2009), Scenariostudie Theater De Schalm



noordkant van de supermarkten te gebruiken voor gevelreclame kan de zichtbaarheid van de supermarkt en van het centrum verbeterd worden.

De bevoorradings van de twee supermarkten kan, net als in de huidige situatie via de achterkant plaats vinden. Er is in dit scenario geen extra parkeercapaciteit nodig. De parkeergarage onder het Meiveld heeft voldoende parkeerplaatsen voor de supermarktbezoekers.

In de oostwand van het plein wordt horeca toegevoegd die aansluit bij winkelbezoek. De unit van C&A is door de relatieve diepte minder geschikt. Hierdoor blijft de toevoeging van het horeca-aanbod enigszins beperkt tot 1 of 2 bedrijven.

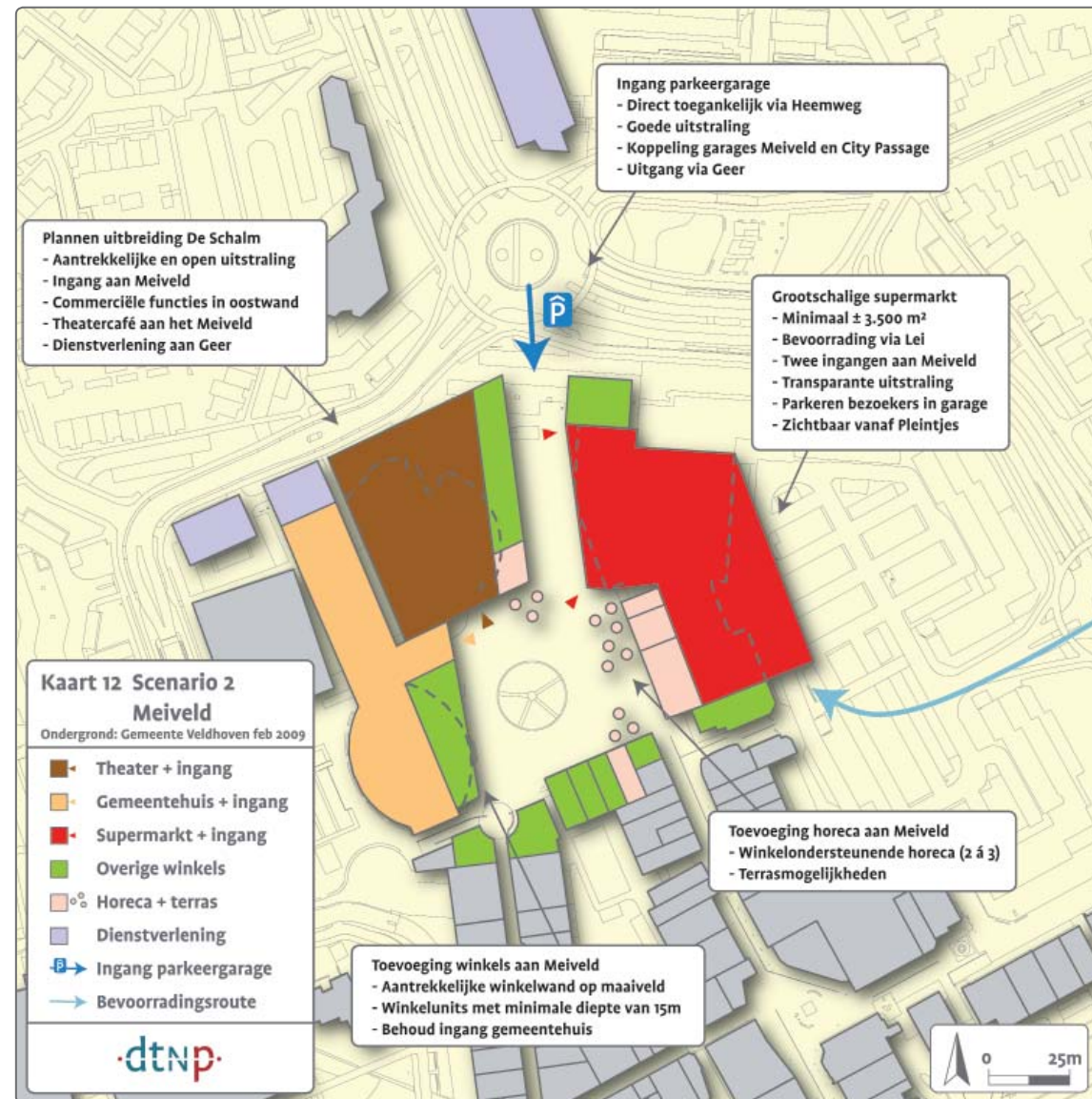
Scenario 2 Uitbreiding huidige supermarkt

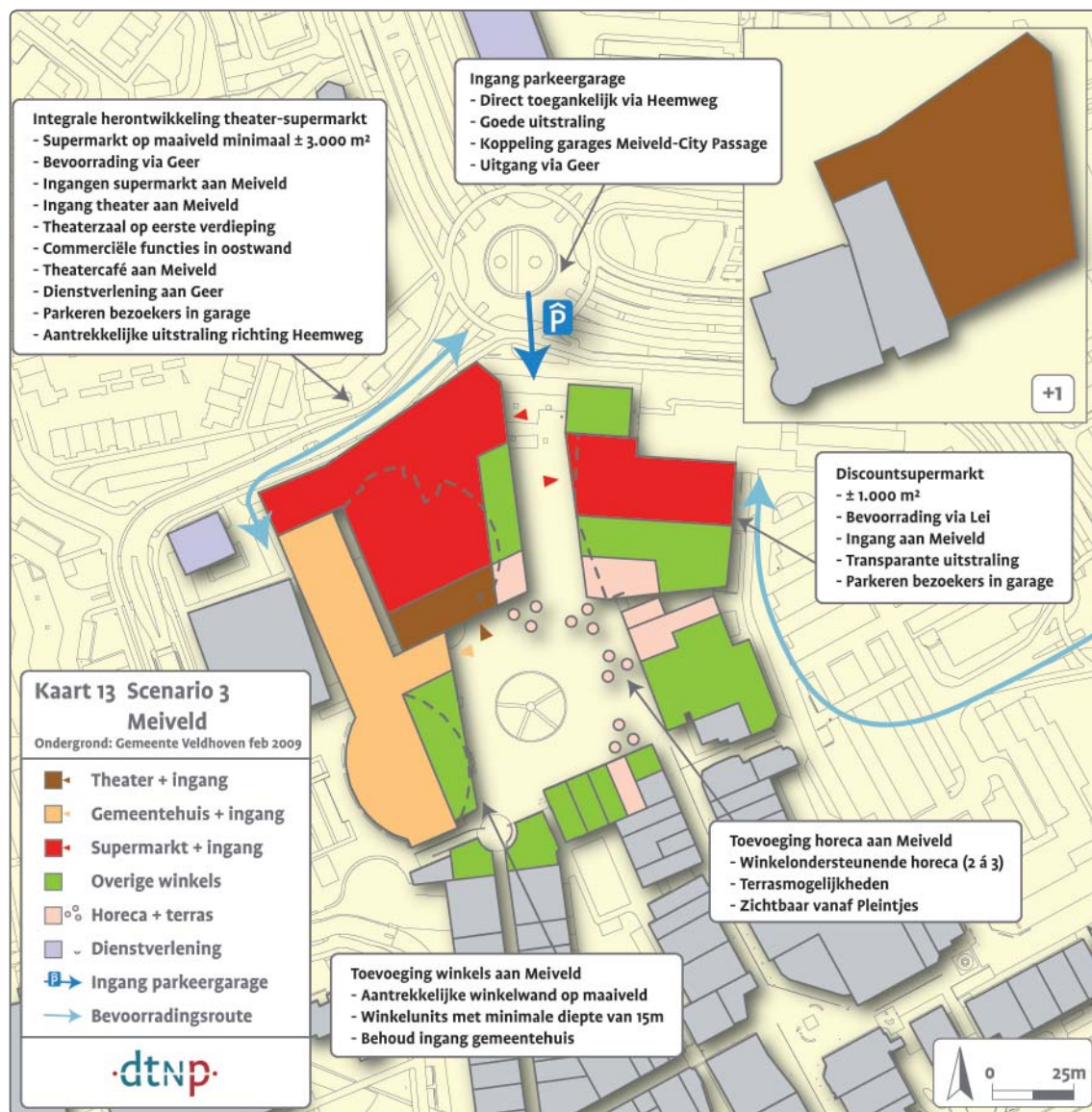
In scenario 2 wordt de servicesupermarkt uitgebreid zodat deze de gewenste maat krijgt die past bij de streekverzorgende functie van het City Centrum. Uitbreiding van het pand richting het oosten (deel op het parkeerterrein) en richting het zuiden (gedeelte van de unit van C&A) is dan nodig (kaart 12).

Door forse uitbreiding van de supermarkt zullen de bezoekersaantallen fors toenemen. Dit komt de levendigheid van het Meiveld ten goede. De relatief lange wand van de supermarkt kan aantrekkelijk gemaakt worden door realisatie van twee ingangen en een transparante uitstraling. De bevoorrading kan net als nu via de achterzijde plaats vinden.

Een deel van het parkeerterrein aan de achterkant van de supermarkt wordt ingenomen door de uitbreiding. Door dit terrein alleen voor bewoners toegankelijk te maken, kan het verlies aan plaatsen opgelost worden. De bezoekers van de supermarkt kunnen gebruik maken van de parkeergarage. De capaciteit van de garage lijkt voldoende om de extra vraag (60 tot 80 extra parkeerplaatsen) op te vangen. Nader onderzoek hiernaar is nodig.

De directe uitstraling van de grootschalige supermarkt richting de Heemweg is beperkt. Via gevelreclame op het noordelijke pand kan de zichtbaarheid vanaf de Heemweg wel verbeterd worden.





Doordat het achterste deel van de unit van C&A gebruikt wordt voor schaalvergroting van de supermarkt, ontstaan hier geschikte (niet al te diepe) units voor horeca. De mogelijkheden voor horeca in de oostwand zijn hierdoor groter (2 á 3 bedrijven).

Scenario 3 Integrale herontwikkeling supermarkt en theater

In scenario 3 wordt uitgegaan van uitbreiding van de supermarkt als onderdeel van de herontwikkeling van theater De Schalm (kaart 13). De supermarkt kan ruimte krijgen op de begane grond. Het theater behoudt een ingang en entreehal op de begane grond aan het Meiveld, de overige ruimte is gesitueerd op +1, boven de supermarkt. Hierdoor ontstaat een hoog gebouw met zowel commerciële als maatschappelijke functies en een erg goede stedenbouwkundige uitstraling richting de Heemweg en functie als blikvanger. De zichtbaarheid van het centrum vanaf de doorgaande weg zal aanmerkelijk verbeterd worden.

In een deel van de vrijkomende unit van de supermarkt kan een discounter vestigen met een omvang van circa 1.000 m². Daarmee

ontstaat een sterk supermarktaanbod aan de noordkant van het City Centrum. De andere vrijkomende ruimte kan ingevuld worden door overige winkels en winkelondersteunende horeca. Hierdoor zijn de mogelijkheden voor horeca in dit scenario goed.

De extra benodigde parkeercapaciteit kan gezocht worden in de parkeergarage. Om te bepalen of hier voldoende capaciteit aanwezig is, is nader onderzoek nodig.

Scenario 3 heeft de voordelen forse versterking van het supermarktaanbod (grootschalige supermarkt én discounter), goede mogelijkheden voor horeca in de oostwand en een goede mogelijkheden voor een 'groot gebaar' richting de Heemweg met zowel een theater als een grote supermarkt in een groot gebouw. Tevens kunnen door een combinatie van herontwikkeling van het theater met de grootschalige supermarkt fikse extra (grond)opbrengsten gerealiseerd worden.

Dit scenario is niet verenigbaar met het recente raadsbesluit over de verdere uitwerking van Theater De Schalm in relatie

tot de visie Lijnen & Pleinen. Scenario 2 is daarom het meest aantrekkelijke én haalbare scenario. Er ontstaat een grootschalige supermarkt waardoor het plein levendiger zal worden.

Hierna volgen enkele impressies die aangeven hoe het Meiveld er in scenario 2 uit zou kunnen zien.



Huidige situatie Meiveld supermarkt

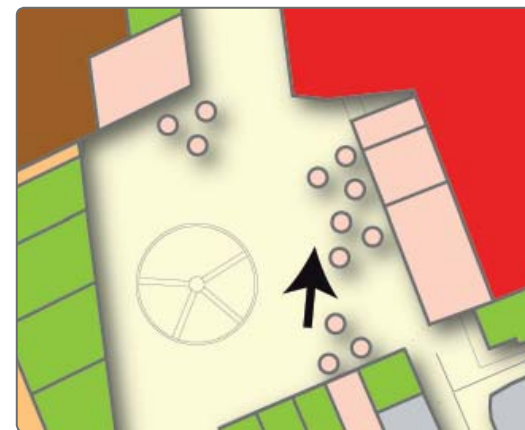


Kijkrichting





Huidige situatie Meiveld oostelijke wand

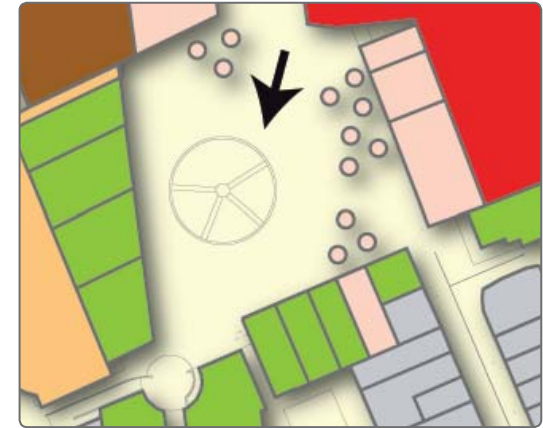


Kijkrichting





Huidige situatie Meiveld westelijke wand



Kijkrichting



Impressie Meiveld
Scenario 2 westelijke wand



6 Conclusies

Het City Centrum Veldhoven ziet er verzorgd uit, er is nauwelijks leegstand, de ruimtelijk-functionele structuur is helder en de bereikbaarheid en parkeergelegenheid is goed. Het winkelaanbod is echter de laatste jaren nauwelijks toegenomen, terwijl de bevolking wel is gegroeid en de komende jaren nog verder zal groeien. Het aanbod in centrum-gebieden in de omgeving is de laatste jaren wel versterkt. Landelijk is sprake van toenemende schaalvergroting van winkels. Hierdoor is het aanbod en de winkelgrootte in het City Centrum relatief beperkt. Als het aanbod niet gemoderniseerd wordt, kan het City Centrum haar aantrekkingskracht op termijn verliezen. Om het winkelaanbod in het City Centrum substantieel te versterken bestaan voldoende uitbreidingspotenties

Tabel 5 Indicatie uitbreidingspotenties City Centrum (m² wvo)

Voedings- en genotmiddelen	1.600 - 2.000
Duurzame en overige goederen (incl. woninginrichting)	6.400 - 9.200
Horeca	600 - 1.000
TOTAAL	8.600 - 12.200

Uitgangspunten hierbij zijn uitbreiding en schaalvergroting van het supermarkt- en recreatieve aanbod. De uitbreiding van het supermarktaanbod vindt bij voorkeur plaats aan de noord- en zudentree van het centrum. Aan de noordelijke entree bestaan hiervoor meerdere mogelijkheden variërend van beperkte toevoeging tot forse toevoeging van supermarktmeters. Het meest gewenste én haalbare scenario is uitbreiding van de supermarkt op de huidige locatie (scenario 2).

Voor uitbreiding van het recreatieve aanbod kan de City Passage in westelijke richting uitgebreid worden. Hiervoor bestaan twee scenario's. In scenario 1 kan circa 6.000 m² wvo winkelruimte toegevoegd worden, in scenario 2 circa 7.000 m² wvo. Daarnaast kan het horeca-aanbod wat uitgebreid worden.

Verder is een aantrekkelijker Meiveld een belangrijke doelstelling. Door uitbreiding van de supermarkt zal het aantal passanten toenemen. In combinatie met een meer open uitstraling van De Schalm, toevoeging van winkelondersteunende horeca in de oostwand en winkels in de westwand en aan de kop kan een aantrekkelijker plein ontstaan dat ook in

de toekomst kan functioneren als levendige ontmoetingsplek voor Veldhoven en omgeving.

In tabel 6 is de toevoeging van winkels en horeca per scenario en per deelgebied aangegeven. Het gaat hier om een indicatie van de netto omvang van toevoegingen. De uiteindelijke realisatie van nieuwe winkel- en horecameters is afhankelijk van de stedenbouwkundige uitwerking.

Tabel 6 Indicatie netto toevoeging winkel- en horeca-aanbod per deelgebied per scenario (m² wvo)

Scenario	Meiveld			CityPassage	
	1	2	3	1	2
Voedings- en genotmiddelen	200	1.200	1.600	0	0
Duurzame en overige goederen (+ woninginrichting)	1.200	600	2.000	6.000	7.000
Horeca	200	500	500	200	200

In elk van de scenario's voor de City Passage en Meiveld zijn in meer of mindere mate nog uitbreidingspotenties aanwezig voor andere deelgebieden in het City Centrum.

De toevoeging van supermarktmeters is in scenario 1 het kleinst en leidt derhalve tot de grootste uitbreidingspotenties voor het supermarktaanbod aan de zudentree (1.300 tot 1.800 m² wvo). In scenario 3 worden de meeste supermarktmeters aan het Meiveld toegevoegd. Hiervoor zijn de potenties voor de zuidelijke entree in dit scenario kleiner (0 tot 400 m² wvo).

In de overige branches leidt scenario 3 voor het Meiveld en scenario 2 voor de City Passage tot de minste potenties voor overige delen van het City Centrum. Scenario 2 voor het Meiveld en scenario 1 voor de City Passage leiden tot de meeste potenties voor andere delen.

Bijlage 1 Begeleidingscommissie

Interne begeleidingscommissie

Mevrouw C. Brons	Gemeente Veldhoven - Projectbureau
De heer J. Donker	Gemeente Veldhoven - Verkeer
Mevrouw A. Evers	Gemeente Veldhoven - Economische Zaken
Mevrouw T. Groos	Gemeente Veldhoven - Stedenbouw
Mevrouw M. vd Hoogenhoff	Gemeente Veldhoven - Stedenbouw
Mevrouw A. Redegeld	Gemeente Veldhoven - Cultuur
De heer M. vd Rijdt	Gemeente Veldhoven - Projectbureau
De heer R. Speksnijder	Gemeente Veldhoven - Economische Zaken

Externe begeleidingscommissie

De heer L.J.M. Akkermans	Ondernemersvereniging City Centrum
Mevrouw A. Evers	Gemeente Veldhoven - Economische Zaken
De heer M. vd Rijdt	Gemeente Veldhoven - Projectbureau
De heer R. Snel	Federatie Ondernemers Veldhoven
De heer J.W. Speetjens	Corio
De heer R. Speksnijder	Gemeente Veldhoven - Economische Zaken
De heer M.H. Verdonschot	Ballast Nedam Bouw Zuid
De heer T. Verhoeven	Ondernemersvereniging City Centrum
De heer F. Zondag	Ondernemersvereniging City Centrum

De heer K. Trommelen	Droogh Trommelen en Partners (DTNP)
De heer J. Vlek	Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Bijlage 2 Branche-indeling detailhandel

Branchegroep	Branche
Voedings- en genotmiddelen	Voedings- en genotmiddelen (o.a. supermarkt, versspeciaalzaak, slijter, tabak en lectuur)
Frequent benodigde non-food	- Persoonlijke verzorging - Huishoudelijke- en cadeauartikelen - Bloemen, planten, dierbenodigdheden
Modisch recreatief	- Kleding en modeaccessoires - Schoenen en lederwaren
Overig recreatief	- Optiek, juwelier, antiek - Sport en spel - Hobby - Boeken, lectuur, cd, kantoorartikelen - Warenhuis - Bruin- en witgoed - Fietsen en autoaccessoires
Gerichte non-food	- Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking) - Doe-het-zelf - Tuincentra
Overige detailhandel	Overige detailhandel (o.a. tweedehandsartikelen, souvenirs, partijgoederen)

Bijlage 3 Winkelaanbod City Centrum

Branche	City Centrum Veldhoven	Centra van kernen met gelijk inwonertal
Voedings- en genotmiddelen	4.340	4.946
Frequent benodigde non-food	2.161	3.828
<i>persoonlijke verzorging</i>	1.358	1.419
<i>huishoudelijke en cadeau-artikelen</i>	439	1.721
<i>bloemen, planten, dierbenodigdheden</i>	364	688
Modisch recreatief	6.310	12.001
<i>kleding en mode-accessoires</i>	5.308	9.377
<i>schoenen en lederwaren</i>	1.002	2.624
Overig recreatief	4.424	8.818
<i>optiek, juwelier, antiek, kunst</i>	500	946
<i>sport en spel</i>	454	1.850
<i>hobby-artikelen</i>	217	516
<i>boeken, lectuur, cd's, kantoorartikelen</i>	958	1.075
<i>warenhuis</i>	1.203	2.151
<i>bruin- en witgoed</i>	662	1.721
<i>fietsen en autoaccessoires</i>	430	559
Gerichte non-food	0	3.613
<i>woninginrichting</i>	0	3.183
<i>doe-het-zelfartikelen</i>	0	430
<i>tuincentra en tuinartikelen</i>	0	0
Overige detailhandel	59	860
TOTAAL	17.294	34.066

Bijlage 4 Distributieve mogelijkheden

Distributie planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewinkeling of uitbreidingspotenties.

Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de landelijk gemiddelde omzet in winkels per hoofd van de bevolking, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetpotentieel terecht komt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachtoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) een rol.

Verzorgingsgebied

Om de uitbreidingspotenties voor het City Centrum te bepalen maken we een indicatieve berekening van het haalbare winkelaanbod in de hele gemeente. Het primair verzorgingsgebied bestaat uit de gemeente Veldhoven (circa 43.000 inwoners). Volgens prognoses van de gemeente

zal de bevolking toenemen tot 46.800 inwoners in 2020 en 48.400 inwoners in 2030 (vooral door bouw Zilverackers).

Gemiddelde omzet per inwoner

In veel distributieplanologische berekeningen wordt uitgegaan van de bestedingen per branche. DTNP kiest ervoor te rekenen met winkels als eenheden, omdat we in de distributieplanologie de uitbreidingsruimte van winkelmeters berekenen. We maken onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen (VGM) en winkels in duurzame en overige goederen (excl. tuincentra, doe-het-zelfzaken en woninginrichtingszaken) (DOG). Winkels in voedings- en genotmiddelen bestaan uit supermarkten en versspeciaalzaken. Winkels in duurzame en overige goederen bestaan uit winkels in frequent benodigde non-food (o.a. drogisterij, huishoudelijke artikelen), modisch recreatief (o.a. kleding, lederwaren), overig recreatief (o.a. boeken, juwelier, warenhuis) en overige detailhandel (o.a. tweedehands). In de methodiek van DTNP wordt de aankoop van pannen (branche huishoudelijke artikelen) bij een supermarkt gerekend tot een besteding in winkels in voedings- en genotmiddelen en de aankoop van een Hemaworst (branche voedings- en genotmiddelen) tot een besteding in winkels in duurzame en overige goederen.

Daarnaast wordt doorgaans in distributieve berekeningen uitgegaan van gemiddelde toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking. Wij gaan uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking omdat hiervan recente gegevens beschikbaar zijn. Het verschil is dat bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking niet alleen bestedingen van consumenten zijn meegenomen maar ook bestedingen van bedrijven. In Nederland is de totale omzet van winkels in 2007 circa

€ 81,5 mld (ex. BTW). Dit betekent een gemiddelde omzet per hoofd van € 4.974. Hiervan wordt € 1.891 omgezet in winkels voor voedings- en genotmiddelen en € 2.276 in winkels voor duurzame en overige goederen (zonder tuincentra, doe-het-zelfwinkels en winkels in woninginrichting)*.

Wanneer het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor voedings- en genotmiddelen is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van $\frac{1}{4}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor duurzame en overige goederen is het gebruikelijk een correctie door te voeren van $\frac{1}{2}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Veldhoven 4% boven het landelijk gemiddelde ligt (CBS, 2008), gaan we uit van iets hogere omzetcijfers per inwoner. Voor voedings- en genotmiddelen gaan wij uit van € 1.910 ($\text{€ } 1.891 + (\frac{1}{4} \times 4\% \times \text{€ } 1.891)$). Voor duurzame en overige goederen gaan we uit van € 2.320 ($\text{€ } 2.276 + (\frac{1}{2} \times 4\% \times \text{€ } 2.276)$).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Niet alle bestedingen van inwoners in Veldhoven komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel van de bestedingen van inwoners uit Veldhoven dat terecht komt in de eigen winkels noemen we de koopkrachtbinding. Uit recent koopstromenonderzoek komt een binding in Veldhoven in de dagelijkse sector naar voren van 83%**.

* DTNP (2008), Omzetkengetallen 2007, o.b.v. gegevens van CBS, CBW, HBD

** BRO (2009), Regionaal koopstromenonderzoek Stadsregio Eindhoven

versterking van het aanbod en optimale voorwaarden achten wij een toekomstige binding reëel van 90% voor winkels in voedings- en genotmiddelen. Dit is ook de gemiddelde binding in referentiekernen (vergelijkbaar inwonertal en ligging ten opzichte van grotere kern)*. In de niet-dagelijkse sector is de koopkrachtbinding momenteel 52%. Dit ligt onder het gemiddelde van 55 tot 60%. Als we uitgaan van versterking van het centrum, is in onze optiek een hogere binding mogelijk. Voor het aanbod in de toekomst in duurzame en overige goederen (ex. woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra) gaan we uit van een binding van maximaal 60%.

Behalve bestedingen van inwoners van de kern Veldhoven (primair verzorgingsgebied) ontvangen de winkels in Veldhoven ook bestedingen van inwoners van buiten de gemeente. Voor winkel in voedings- en genotmiddelen gaan wij uit van een gemiddelde toevloeiing van circa 10%. Voor winkels in duurzame en overige goederen (ex. doe-het-zelf, woninginrichting, tuincentra) gaan we, door de relatief grote streekfunctie voor De Kempen en Meerhoven, uit van een relatief hoge toevloeiing van 40%. Gemiddeld is dat 30 tot 35%.

Gemiddelde omzet per m²

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in winkels voor voedings- en genotmiddelen circa € 7.000,- (excl. BTW). In winkels in duurzame en overige goederen (ex. tuincentra, doe-het-zelf, woninginrichting) is dat circa € 3.300,- (excl. BTW)**. Voor Veldhoven gaan wij uit van deze omzetcijfers.

* Bolt (2003), Winkelvoorzieningen op waarde geschat

** DTNP (2008), Omzetkengetallen 2007, o.b.v. gegevens van CBS, CBW, HBD, Locatus

Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor heel Veldhoven.

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels in VGM in Veldhoven

	2020	2030
Aantal inwoners	46.800	48.400
Omzet/inwoner (ex. BTW)	€ 1.910	€ 1.910
Koopkrachtbinding	90%	90%
Koopkrachttoevloeiing	10%	10%
Totale omzet	€ 89 mln	€ 92 mln
Omzet/m² (ex. BTW)	€ 7.000	€ 7.000
Haalbaar aanbod (wvo)	12.700 m²	13.200 m²
Aanwezig aanbod(wvo)	11.100 m²	11.100 m²
Uitbreidingspotentie (wvo)	1.700 m²	2.100 m²

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels in DOG in Veldhoven

	2020	2030
Aantal inwoners	46.800	48.400
Omzet/inwoner (ex. BTW)	€ 2.320	€ 2.320
Koopkrachtbinding	60%	60%
Koopkrachttoevloeiing	40%	40%
Totale omzet	€ 109 mln	€ 112 mln
Omzet/m² (ex. BTW)	€ 3.300	€ 3.300
Haalbaar aanbod (wvo)	32.900 m²	34.000 m²
Aanwezig aanbod(wvo)	25.800 m²	25.800 m²
Uitbreidingspotentie (wvo)	7.000 m²	8.200 m²

Bijlage 5 Begrippenlijst

Branche

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep (bijv. schoenenwinkel) of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuis).

Bronpunt

Verzamelplaats van consumenten van waaruit zij het bezoek aan een winkelconcentratiegebied beginnen (bijv. parkeergarage, busstation).

Brutovloeroppervlak (bvo)

De totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Dagelijkse artikelen

Artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

Doe-het-zelf

Een winkel in de doe-het-zelfbranche voert een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor werkzaamheden in, aan en om het huis. We onderscheiden bouwmarkten, breedpakketwinkels, ijzerwaren winkels en verf-/behangspecialisten.

Dienstverlening (publieksgericht commercieel)

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/financiële dienstverlening (bijv. assurantiekantoor, bank etc.), publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau) en ambachtelijke dienstverlening (bijv. schoenmaker, kapper etc.)

Filiaalbedrijf/grootwinkelbedrijf

Detailhandelsonderneming met 7 of meer eigen winkels.

Horecabedrijf

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

Koopkrachtbinding

Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

Koopkrachttoevloeiing

Het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied komt, ofwel het aandeel vreemde koopkracht.

Maatschappelijke voorzieningen

Educatieve, sociaal-medische, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen, voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

Marktsegment

Op basis van samenstelling van het assortiment en prijsstelling van de artikelen kunnen commerciële bedrijven ingedeeld worden in verschillende marktsegmenten (discount, exclusief etc.)

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

Verkooppunt (vkp)

Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

Verkoopvloeroppervlak (vvo)

Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo).

Vloerproductiviteit

De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak. Deze varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule.

Winkel

Ieder voor het publiek vrij toegankelijk pand dat bedoeld is voor de verkoop van artikelen aan particulieren en dat een winkelvloeroppervlak van minimaal 10 m² heeft.

Winkelgebied

Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

Winkelondersteunende horeca

Een horecabedrijf is winkelondersteunend wanneer het bedrijf voor wat betreft ligging ondersteunend is aan, en voor wat betreft openingstijden in het algemeen vergelijkbaar is met detailhandelsvestigingen. De bedrijfsactiviteit van winkelondersteunende horeca bestaat uit het verstrekken van in hoofdzaak kleinere maaltijden, lunch, koffie/thee en overige dranken.

Winkelvloeroppervlak (wvo)

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.