

Actualisatie Detailhandelsstructuurvisie Veldhoven 2014-2020

Gemeente Veldhoven

Definitief



Actualisatie Detailhandelsstructuurvisie Veldhoven 2014-2020

Gemeente Veldhoven

Definitief

Rapportnummer:	204X00447.075198_5
Datum:	25 september 2013
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer Robbert Speksnijder
Projectteam BRO:	Tis Kolen en Nadja Bressers
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	Recente ontwikkelingen hebben een actualisatie van de uit 2008 stammende detailhandelsstructuurvisie van de gemeente Veldhoven noodzakelijk gemaakt. In de nota wordt een voorstel gedaan voor een toekomstbestendige structuur.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. SAMENVATTING	5
3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	9
3.1 Demografische ontwikkelingen	9
3.2 Consumentengedrag	9
3.3 Aanbodzijde	12
4. HET WINKELAANBOD IN VELDHOVEN EN REGIO	15
4.1 Veldhoven	15
4.2 Regio	20
5. DE VRAAG NAAR WINKELRUIMTE IN VELDHOVEN	23
5.1 De te verwachten bevolkingsontwikkeling	23
5.2 De bestedingen	24
5.3 De koopstromen	24
6. HET ECONOMISCH FUNCTIONEREN EN DE MARKTRUIMTE	27
6.1 Het economisch functioneren	27
6.2 De marktruimte voor de komende jaren	27
7. NAAR EEN BESTENDIGE DETAILHANDELSSTRUCTUUR	31
7.1 De uitgangspunten	31
7.2 Accommoderen van internethandel	34
7.2.1 Internethandel zonder fysieke bezoekmogelijkheid	34
7.2.2 Internethandel met fysieke bezoekmogelijkheid	35

Inhoudsopgave	pagina
7.3 De gewenste detailhandelsstructuur	36
7.3.1 Het City Centrum	36
7.3.2 Winkels in de wijken	36
7.3.3 De Run	41
7.3.4 MMC/HTP	41
7.3.5 De nieuwe structuurvisie op kaart	41
7.4 De uitvoering	43
 BIJLAGE 1. DEELNEMERS INTERACTIEF PROCES	 1
 BIJLAGE 2. MOGELIJKE VARIANTEN WIJKCENTRA	 3
 BIJLAGE 3: BEREKENING MARKTRUIMTE PERIFERE BRANCHES	 5
 BIJLAGE 4: DE WINKELCENTRA IN VELDHOVEN'	 7

1. INLEIDING

Waarom een nieuwe visie

Op 19 februari 2008 heeft de gemeenteraad van Veldhoven de Detailhandelsstructuurvisie 2008-2015 vastgesteld¹. Het document beschreef de gewenste ruimtelijk-economische detailhandelsstructuur van Veldhoven tot 2015. Hieronder is deze visie geografisch weergegeven.

Figuur 1.1. Detailhandelsstructuur Veldhoven volgens de huidige DSV 2008-2015



Ontwikkelingen in de detailhandel gaan echter snel. Trends hebben zich in meer of mindere mate doorgezet dan werd voorspeld, er is nieuwe regelgeving van kracht en de politiek-maatschappelijke visie op detailhandel is veranderd. Om enkele belangrijke ontwikkelingen te noemen:

- De te verwachten bevolkingskrimp c.q. bijgestelde bevolkingsprognoses in regio's en gemeenten.
- De economische ontwikkeling van ons land is sinds 2008 aanzienlijk achtergebleven op hetgeen destijds werd verwacht.
- De opkomst van het kopen via het internet heeft geleid tot wijzigingen in koopstromen.
- De opkomst van 'het nieuwe winkelen' en 'het nieuwe werken'.

¹ Zie: Detailhandelsstructuurvisie, vastgesteld door de gemeenteraad op 19 februari 2008, DTNP.

- De concurrentieverhoudingen tussen winkelgebieden zijn aanzienlijk verscherpt.
- De sterk toegenomen leegstand in winkelvastgoed.
- De bestaande regelgeving is met de Europese Dienstenrichtlijn veel meer gericht op ruimtelijke aspecten dan op economische aspecten.

Al deze ontwikkelingen hebben er toe geleid dat de looptijd van de huidige Detailhandelsstructuurvisie (DSV) uit 2008, ondanks het feit dat deze nog niet verstreken is, aan een actualisatie toe is.

De vraagstelling

De gemeente Veldhoven heeft BRO gevraagd deze actualisatie uit te voeren. Zij geeft hierbij echter nadrukkelijk aan niet te streven naar een geheel nieuwe DSV, maar wel naar:

“een bijstelling op die onderdelen waarin zich na de opstelling van de DSV wezenlijke veranderingen hebben voorgedaan. Hierbij dient in ieder geval aandacht geschonken worden aan:

- *de uitgangspunten van de huidige detailhandelsstructuurvisie;*
- *de ruimtelijke impact van de doorontwikkelde trends, met name als het gaat om ‘steeds meer m² op minder plekken’ en de ingenomen marktruimte van internetwinkelen;*
- *de ruimtelijke impact van regionale ontwikkelingen;*
- *de impact van de stagnerende en naar beneden bijgestelde bevolkingsgroei² en*
- *een eventuele aanscherping van de gewenste detailhandelsstructuur.”*

Voorliggende rapportage geeft een visie op de gewenste detailhandelsstructuur voor Veldhoven tot 2020.

Klankbordgroepen

Bij de voorbereiding van voorliggende nota heeft veelvuldig overleg plaats gevonden met de begeleidingsgroep en met diverse experts. Zowel de begeleidingsgroep als de experts hebben in deze een belangrijke klankbordfunctie gehad. Binnen dit kader vonden in 2013 vergaderingen plaats met:

- de begeleidingsgroep op 27 maart en op 16 mei;
- de diverse experts op 24 april en op 5 juni;
- een presentatie van de eerste conclusies aan het College van Burgemeester en Wethouders op 11 juni.

In bijlage 1 is aangegeven hoe de begeleidingsgroep was samengesteld en wie bij de expertmeetings aanwezig waren. Wij danken alle aanwezigen voor hun deskundige inbreng.

² In de DSV van 2008 werd uitgegaan van een bevolkingsgroei tot 49.600 in 2015. In de meest recente bevolkingsprognose van de provincie Noord-Brabant wordt voor 2015 een bevolkingsomvang verwacht van 44.220 inwoners. Daarna zal een stabilisatie van de bevolking optreden op een niveau van circa 44.500 inwoners.

2. SAMENVATTING

Aanleiding

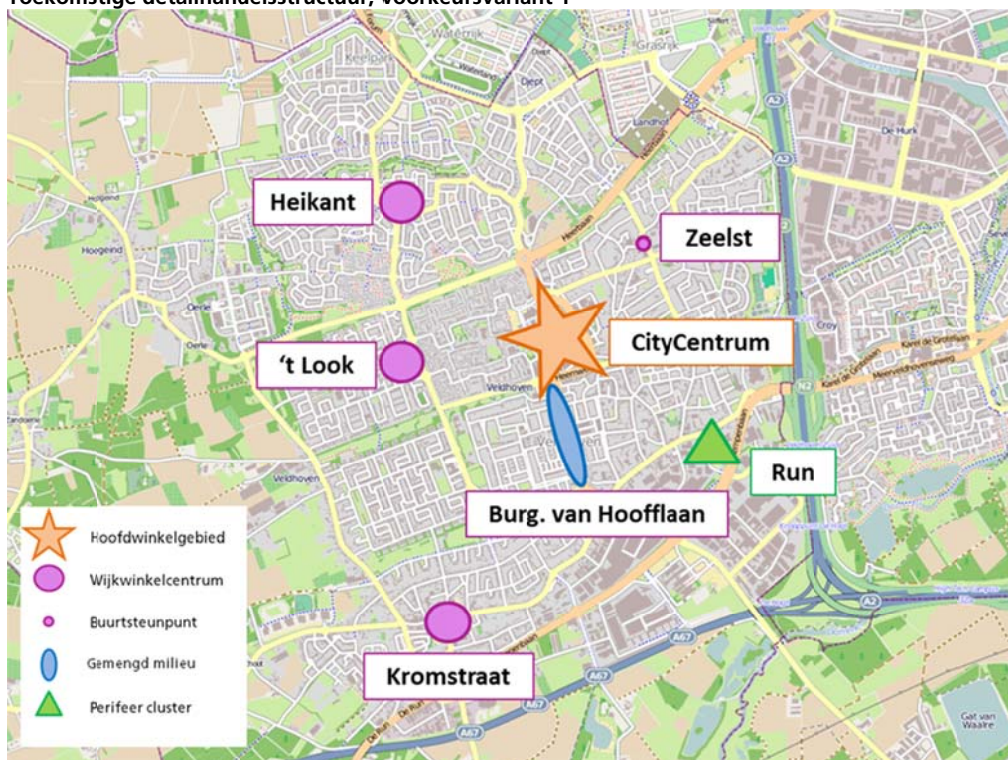
In de voorliggende nota wordt de uit 2008 stammende Detailhandelsstructuurvisie (DSV) voor de periode 2008-2015 van de gemeente Veldhoven geactualiseerd. Verschillende (maatschappelijke) ontwikkelingen hebben het noodzakelijk gemaakt deze visie reeds nu al te actualiseren. Uit de analyses in de voorliggende nota is gebleken dat zowel het huidige functioneren van de detailhandel in Veldhoven als de structuur zoals voorgesteld in de uit 2008 daterende DSV onvoldoende garanties bieden op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Voorliggende actualisatie geeft een visie op de gewenste detailhandelsstructuur voor Veldhoven tot 2020.

Uitgangspunten

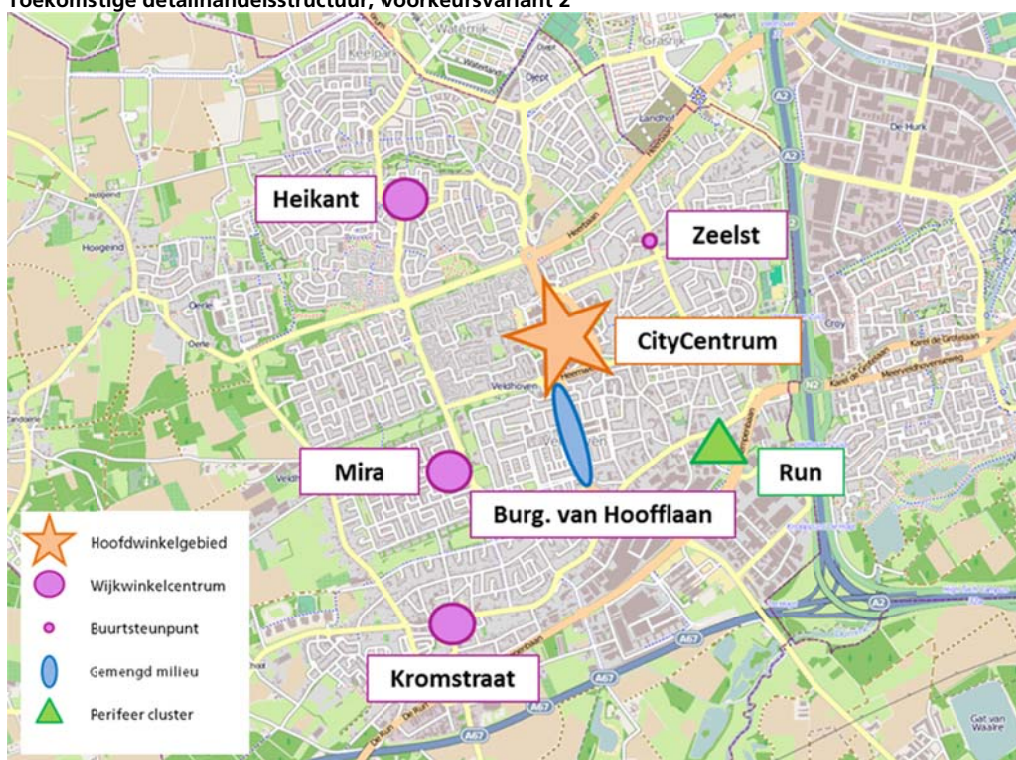
Om een toekomstbestendige detailhandelsstructuur in Veldhoven te realiseren zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- De bevolking van Veldhoven zal zich stabiliseren op een niveau van circa 44.000 à 45.000 inwoners.
- Er is een toenemende concurrentie, niet alleen van andere winkelcentra, ook zal in de toekomst het effect van internet op de bestedingen en de koopstromen merkbaar zijn.
- Veldhoven dient te beschikken over een sterk City Centrum dat zowel op het gebied van boodschappen doen als op het gebied van recreatief winkelen haar verzorgingsfunctie dient te versterken.
- Naast het City Centrum dienen in de woonwijken voldoende toekomstbestendige wijkcentra aanwezig te zijn. Deze dienen te beschikken over een compleet aanbod voor de dagelijkse goederen, dienen voor nagenoeg alle inwoners van Veldhoven bereikbaar te zijn binnen een aanvaardbare afstand (gemiddeld 800 meter) en dienen te beschikken over een draagvlak van circa 10.000 à 15.000 inwoners. Deze centra hebben tevens een belangrijke ontmoetingsfunctie.
- Op het bedrijventerrein De Run worden op de PDV-locatie alleen winkels toegelaten in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra.
- Bij het MMC (Maxima Medisch Centrum) en HTP (Health Technology Park) worden slechts in beperkte mate winkels toegelaten. Uitgangspunt is dat deze winkels zich richten op de momentbehoefte van de werknemers / bezoekers / patiënten en ondersteunend dienen te zijn aan de functies van MMC/HTP. Galeria Maxima vormt op deze manier geen bedreiging voor de detailhandelsstructuur, bestaande uit het City Centrum, de wijkcentra en De Run.
- Op het gebied van dagelijkse goederen is er in 2020 een aanbod gewenst van circa 13.000 à 13.500 m² wvo. Dat betekent dat er een marktruimte is van maximaal 500 m² wvo.

Toekomstige detailhandelsstructuur, voorkeursvariant 1



Toekomstige detailhandelsstructuur, voorkeursvariant 2



- Op het gebied van niet-dagelijkse goederen is er een te groot winkelaanbod. Er is geen marktruimte voor nieuwe winkels. Dat geldt ook voor de branches op perifere locaties.
- Slechts in die gevallen wanneer nieuw aanbod wordt gerealiseerd dat onderscheidend is van het bestaande aanbod en geen spanningen veroorzaakt in de gewenste detailhandelsstructuur kan afgeweken worden van de berekende marktruimte.

Gewenste toekomstbestendige detailhandelsstructuur

Geconcludeerd wordt dat een toekomstbestendige detailhandelsstructuur in Veldhoven bestaat uit:

1. Het City Centrum, dat zowel kwantitatief als kwalitatief versterkt dient te worden. Kwantitatief in die zin dat ter versterking van de boodschappenfunctie het wenselijk is een discount supermarkt toe te voegen en dat de reeds bestaande supermarkten worden vergroot. Dit omdat de supermarkten in het City Centrum een functie hebben voor geheel Veldhoven en daarmee ook onderscheidend dienen te zijn van de supermarkten in de wijken. Kwalitatief in die zin dat vooral geïnvesteerd zal gaan worden in de ruimtelijke kwaliteit, de identiteit en de sfeer en beleving van het City Centrum.
2. 3 wijkcentra, bestaande uit minimaal 1 of 2 complementair aan elkaar zijnde supermarkten, aangevuld met een aantal foodspeciaalzaken en eventueel met frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen en andere buurt/wijkverzorgende functies. Deze 3 wijkcentra zijn:
 - a. Wijkcentrum Heikant in Veldhoven Noord;
 - b. Wijkcentrum 't Look of Mira;
 - c. Wijkcentrum Kromstraat.

Voor de genoemde wijkcentra geldt dat de omvang, voor wat betreft het dagelijkse aanbod, zal moeten liggen tussen de 1.500 en 2.500 m² wvo. Uitvoerig onderzoek heeft plaats gevonden naar een optimale spreiding van de wijkcentra over de gemeente. Uit dit onderzoek zijn 2 voorkeursvarianten naar voren gekomen (zie hieronder).

Dit betekent dat **of** winkelcentrum Mira haar functie zal verliezen (voorkeursvariant 1) **of** winkelcentrum 't Look (voorkeursvariant 2). Nader onderzoek naar de stedenbouwkundige mogelijkheden hiervan wordt aanbevolen. Daarbij komt dat tevens nader onderzoek dient plaats te vinden naar mogelijke aanpassingen in de infrastructuur zodat ook voor de toekomstige inwoners van Zilverackers een goede bereikbaarheid van een winkelcentrum mogelijk is. Een andere, minder voor de hand liggende optie, is het verplaatsen van een van de centra in meer westelijke richting.

Voor het winkelcentrum Kromstraat geldt dat dit centrum naast haar dagelijkse verzorgingsfunctie tevens een beperkte recreatieve functie heeft en deze ook dient te behouden. Uitbreiding hiervan is echter niet gewenst.

3. Buurtsteunpunt Zeelst. De supermarkt in Zeelst wordt in de nu voorliggende detailhandelsstructuurvisie aangemerkt als een buurtsteunpunt en heeft in combinatie met de dagelijkse voorzieningen in het City Centrum een verzorgingsfunctie voor Veldhoven Oost. Een eventuele uitbreiding van deze supermarkt dient beperkt te blijven tot 10%.
4. De Burgemeester van Hoofflaan biedt ruimte aan een gemengd milieu met o.a. startende ondernemers, dienstverleners en meer doelgericht bezochte functies en heeft in de gewenste detailhandelsstructuur geen verzorgingsfunctie voor dagelijkse artikelen. Het beleid ten aanzien van de Burgemeester van Hoofflaan wordt daarmee gecontinueerd.
5. Het aanbod op de PDV-locatie De Run dient zich te beperken tot de traditionele PDV-branches: doe-het-zelf, tuincentra, woninginrichting en volumineuze artikelen als auto's, boten, caravans en grove bouwmaterialen, alsmede brand- en explosiegevaarlijke stoffen.
6. De winkels in MMC/HTP (ook wel Galeria Màxima) voorzien in de moment behoefte van de daar aanwezige werknemers/bezoekers/patiënten. Uitgangspunt is dat deze winkels zich richten op de momentbehoefte van deze doelgroepen en ondersteunend dienen te zijn aan de functies van MMC/HTP. Galeria Màxima vormt op deze manier geen bedreiging voor de detailhandelsstructuur bestaande uit het City Centrum, de wijkcentra en De Run.

Uitvoering

Om te komen tot uitvoering van de gewenste visie zal de gemeente eerst een besluit moeten nemen omtrent de te kiezen variant.

Vervolgens zal zij wel haar medewerking verlenen aan ontwikkelingen die passen binnen de gewenste structuur, maar geen medewerking verlenen aan initiatieven die niet passen binnen de gewenste detailhandelsstructuur. Voorts wil zij voor ondernemers die thans gehuisvest zijn in centra die niet meer passen in de gewenste detailhandelsstructuur flankerend beleid opstellen bij het zoeken naar andere vestigingslocaties dan wel te zoeken naar mogelijkheden voor bedrijfsbeëindiging.

3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen beschreven die (mede) bepalend zijn voor de toekomstige vraag naar detailhandelsvoorzieningen in winkelcentra. Aan bod komen demografische ontwikkelingen, trends en ontwikkelingen aan zowel de vraagzijde (zoals (internet)bestedingen, koopstromen, Het Nieuwe Winkelen, multichanneling) als aan de aanbodzijde (ontwikkelingen in de aanbodzijde, vloerproductiviteit, huur, leegstand).

3.1 Demografische ontwikkelingen

Bevolkingsprognose

Het inwonertal van Nederland zal tot 2025 blijven toenemen tot ruim 17 miljoen. Er bestaan grote verschillen tussen de bevolkingsprognoses per gemeente en per regio. Zo zal in de Randstad sprake zijn van een bovengemiddelde groei en zal Zuid-Limburg juist te maken gaan krijgen met krimp.

In de gemeente Veldhoven wonen momenteel circa 44.000 inwoners. Dit aantal zal nauwelijks meer stijgen. Gemeentelijke prognoses geven voor 2020 een bevolkingsomvang aan van circa 44.600 inwoners³.

3.2 Consumentengedrag

Kwaliteitsverbetering en aanbodversterking noodzakelijk voor concurrentiekracht

Recent zijn landelijk verschillende grote koopstroomonderzoeken uitgevoerd, waaronder de koopstromenonderzoeken Randstad, Oost-Nederland, Friesland en Zuid-Oost Brabant (SRE). De algemene tendens is dat de koopkrachtbindingscijfers dalen; de consument is minder trouw. Consumenten winkelen steeds vaker ook ergens anders, doordat ze steeds mobieler worden en beter geïnformeerd zijn (internet). Dit benadrukt dat kwaliteitsverbetering en aanbodversterking noodzakelijk zijn om de concurrentiepositie te blijven behouden.

Bestedingen

De detailhandel is conjunctuurgevoelig en de bestedingen zijn afhankelijk van het verwachtingspatroon van de consument ten aanzien van de economische ontwikkelingen. In de afgelopen jaren zijn de bestedingen in de dagelijkse sector enigszins

³

Bron: Gemeente Veldhoven

gestegen terwijl in de niet-dagelijkse sector de bestedingen afnamen. Er wordt voor 2013 een verdere daling verwacht⁴.

Internetbestedingen

De bestedingen via internet zitten fors in de lift. In 2011 is voor € 9 miljard aan goederen en diensten via internet gekocht. Dat is bijna 10 procent meer dan in 2010⁵. Van deze € 9 miljard was circa 50% puur online, dat wil zeggen dat er geen fysieke winkel aan te pas kwam. Bij de overige 50% was wel steeds een fysieke winkel betrokken (multichannel). Op een totaal bestedingspotentieel van circa € 80 miljard in de detailhandel nam het puur online internetkanaal derhalve circa 5 à 6% voor haar rekening, aldus Thuiswinkel.org. Van de totale detailhandelsbestedingen werd in 2011, volgens HBD, circa 4% online uitgegeven ten opzichte van 1% in 2005⁶. In de non-food detailhandel bedraagt het aandeel bijna 8% t.o.v. 2% in 2005.

Hoewel de effecten van internetwinkelen op de totale winkelomzet nu nog relatief beperkt zijn, is de verwachting dat internet zich de komende jaren als volwaardig aankoopkanaal zal ontwikkelen waardoor de online detailhandelsbestedingen zullen gaan stijgen. In de hieronder staande tabel is hiervan een inschatting gegeven.

Tabel 3.1 Aandeel internetbestedingen op de totale detailhandelsbestedingen per branche in 2010 en 2020

Branche	Bestedingsaandeel	
	2010	2020
Levensmiddelen, persoonlijke verzorging	0,7%	1,4%
Warenhuis, kleding en mode	2,6%	5,4%
Schoenen en lederwaren	2,6%	5,4%
Juwelier en optiek	1,0%	1,5%
Huishoudelijke en luxe artikelen	0,7%	1,4%
Antiek en kunst	1,2%	1,9%
Sport en spel	5,3%	7,9%
Hobby	1,2%	1,9%
Media	9,1%	18,5%
Plant en dier	1,2%	1,9%
Auto en fiets	5,3%	7,9%
Bruin- en witgoed	24,1%	48,0%
Doe-het-zelf en Wonen	1,2%	1,9%
Detailhandel overig	2,9%	5,3%

Bron: Locatus en BSP

⁴ Bron: Prognose kerngegevens MKB, december 2012

⁵ Bron: Thuiswinkel.org

⁶ Bron: HBD, Jaarboek detailhandel 2012

Pick-up points

Vooralsnog is de online markt voor dagelijkse artikelen in ontwikkeling. Binnen de online markt is Ahold met Albert.nl de grootste speler met een omzet van meer dan 150 miljoen euro⁷. Vooral de ontwikkeling van pick-up points ofwel afhaalpunten sterkt de verwachting dat de online markt voor dagelijkse artikelen gaat groeien. Met het creëren van Pick-up points kan de consument online haar boodschappen doen en deze op een gewenst moment (ook buiten winkeltijden) ophalen. Het Pick-up point zal vaak op een nieuwe locatie ontwikkeld worden, uitgangspunt voor de locatie is een goede bereikbaarheid. Inmiddels is in Eindhoven op de grens met Veldhoven aan de A2 bij McDonalds een pick-up point geopend (Superdirect).

Het nieuwe winkelen

De manier waarop consumenten hun aankopen doen verandert. Consumenten kopen en oriënteren zich zowel in de fysieke winkel als online, ook wel cross- of multi-channeling genoemd. Over de afgelopen jaren is het gebruik van het internet als oriëntatiekanaal om te winkelen flink gestegen.

Koopgedrag

Gewoonlijk worden drie soorten koopgedrag onderscheiden, waarin aspecten meespelen als het aan te schaffen artikel, de eisen die gesteld worden aan het bezoek en de kenmerken van de aankoopplaats (aanbod en verblijfsklimaat):

- Boodschappen doen: het gaat hier om de aankopen van de consument voor het primaire levensonderhoud. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving. Regelmatig zal sprake zijn van combinatie aankopen van levensmiddelen en hoog frequent benodigde (alledaagse) non-food. Bij de keuze in aankoopplaats zijn reistijd, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, gemak, assortiment, uitstraling en prijs overwegingsfactoren.
- Recreatief winkelen: bij recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en worden geprikkeld (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselend frequentie gedaan en men is bereid een grotere afstand af te leggen. Het gaat om artikelen waarmee men een hogere emotionele binding heeft of uit speciale interesse en/of persoonlijke voorkeuren zoals mode en luxe artikelen. In veel gevallen is dit koop- of bezoekgedrag een vorm van vrije tijdsbesteding.
- Doelgericht aankopen: dit zijn (duurzame en/of vervangings) aankopen die met een lage frequentie en veelal doelgericht worden gedaan. Het gaat om aankopen van woninginrichting, bruin- en witgoed, fietsen, doe-het-zelf- en tuinartikelen, etc. De aankopen van deze laatste twee worden vooral in de nabijheid van de woonomgeving gedaan. Voor de overige aankopen is de scope van de consument veel groter. Hier is een goede prijs-kwaliteitverhouding van groot belang.

Door aan te sluiten op dit koopgedrag kunnen winkelgebieden, maar ook delen van grotere centra, zich duidelijk profileren en hun eigen identiteit uitdragen. Dit draagt weer bij aan het onderscheidend vermogen van de winkelgebieden. Zo ligt de na-

⁷ ING Economisch Bureau

druk in binnensteden en grotere stadsdeelcentra sterk op het recreatieve winkelen en in de buurt- en wijkcentra sterk op het boodschappen doen. Voor perifere detailhandelslocaties geldt dat ze overwegend door de consument bezocht worden om doelgericht aankopen te doen.

3.3 Aanbodzijde

Detailhandelsaanbod

De omvang van de detailhandel in Nederland is sinds 2001 gegroeid met circa 35% van 20,5 miljoen vierkante meter winkelvloeroppervlak naar 27,8 miljoen in 2012.

Schaalvergroting zet door

De trend tot schaalvergroting zet verder door. De gemiddelde omvang van een supermarkt in Nederland bedraagt 874 m² wvo, maar voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne (wijk) supermarkten hebben vaak een omvang van circa 1.500 m² wvo.

In grote steden maken sommige supermarkten een schaalsprong tot megasupermarkten (3.000-4.000 m² wvo) maar ook in kleinere plaatsen is duidelijk een schaalsprong zichtbaar.

Ook bij de discount supermarkten is een schaalsprong merkbaar. Enkele jaren terug hadden deze een omvang van ca. 600 m² wvo, thans ligt de oppervlakte voor nieuwe discountsupermarkten ook al boven de 1.000 m² wvo. Vaak hebben discount supermarkten een groter verzorgingsgebied dan andere supermarkten.

Maar ook schaalverkleining

Ondanks het toenemende marktaandeel van supermarkten in de dagelijkse artikelsector, is ook een trend van schaalverkleining en superspecialisatie waar te nemen. Steeds vaker duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment.

Vloerproductiviteit

Als gevolg van de daling van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector, het toenemend winkeloppervlak in Nederland en het toenemende omzetaandeel van online verkopen is de gemiddelde omzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak in de niet-dagelijkse sector sinds 2000 met ongeveer een derde afgenomen en deze zal naar verwachting verder dalen⁸.

⁸ Bron: Locatus, Data monitor, thuiswinkel.org, HBD en Q&A Research 2012

Leegstand sterk toegenomen

In 2012 stond circa 6,3% van het aantal verkooppunten in Nederland leeg⁹. Vergelijken met de leegstand in 2009 is dat sterk toegenomen. In 2009 bedroeg de leegstand nog circa 5% van het aantal verkooppunten. In de afgelopen 3 jaar is de leegstand dus met zo'n 25% toegenomen. Een recente publicatie van Locatus toont aan dat in 2012 de leegstand van het aantal verkooppunten in Nederland niet of nauwelijks is toegenomen. Eind 2012 bedroeg deze 6,4%¹⁰.

⁹ Locatus Retail Facts 2009 en 2012, Kengetallen over de Nederlandse detailhandel.

¹⁰ Bron: Analyse leegstand per 1 januari 2013, Locatus.

4. HET WINKELAANBOD IN VELDHOVEN EN REGIO

4.1 Veldhoven

Het winkelaanbod in Veldhoven bestaat uit de volgende centra:

Tabel 4.1 Winkelaanbod in Veldhoven (2013)

	Dagelijkse artikelen		Niet-dagelijkse artikelen		Totaal	
	Aantal	Wvo	Aantal	Wvo	Aantal	Wvo
City Centrum	20	5.652	77	10.816	97	16.468
Kromstraat	12	1.823	41	6.191	59	8.014
Heikant	3	1.295	1	30	4	1.325
't Look	1	977	0	0	1	977
Mira	4	1.678	0	0	4	1.678
Burg. v. Hoofflaan	7	1.895	8	1.459	15	3.354
Zeelst	2	438	1	180	3	618
De Run	1	45	21	24.685	22	24.730
Verspreid	8	253	38	18.571	40	18.824
Totaal	58	14056	187	61932	245	75988
Leegstand					24	4.775

In Veldhoven zijn in totaal 245 winkels met een totale omvang van circa 76.000 m² wvo. Het City Centrum is het belangrijkste centrum. In bijlage is een uitgebreide beschrijving gegeven van de in Veldhoven aanwezige winkelcentra.

City Centrum

In Veldhoven zijn de meeste winkels te vinden in het City Centrum. Het centrum heeft zowel een boodschappen als een recreatieve functie voor geheel Veldhoven. Naast de winkelfuncties zijn er nog diverse andere functies, zoals horeca, de bibliotheek, het theater, het gemeentehuis en diverse andere dienstverlenende bedrijven. Circa 9 panden staan leeg. Ongeveer 80% van de winkels hebben een omvang die kleiner is dan 200 m² wvo en circa driekwart van alle winkels in het City Centrum behoort tot het filiaalbedrijf. Het centrum is goed bereikbaar en beschikt over ruim voldoende parkeergelegenheden. De belangrijkste trekkers in het City Centrum zijn Albert Heijn, Jumbo, Hema, C&A en Jos Hoes.

Minder positief is het feit dat het City Centrum een introvert karakter heeft en een gebrek aan identiteit en onderscheidend vermogen, zowel door de inrichting van de openbare ruimte als door het geringe aantal zelfstandige winkeliers. Ook het horeca-aanbod is enigszins beperkt. In het Centrum Ontwikkelings Programma (COPr)¹¹

¹¹ Zie: Centrum Ontwikkelings Programma, Toekomstperspectief Citycentrum Veldhoven, gemeente Veldhoven, april 2013.

zijn diverse voorstellen gedaan om de verblijfskwaliteit en het imago van het City Centrum te versterken. Ook is sinds 2013 een centrummanager actief in het City Centrum. Het City Centrum heeft een verzorgingsfunctie voor geheel Veldhoven.



Het City Centrum

Kromstraat

De Kromstraat is van oudsher het centrum van Veldhoven-dorp. In zijn functionele en ruimtelijke structuur is dat nog zichtbaar. Naast een uitgebreid aanbod van dagelijkse artikelen (met o.a. een Albert Heijn en Ekoplaza) beschikt het centrum tevens over veel winkels op het gebied van niet-dagelijkse artikelen, waaronder verschillende mode en schoenenzaken. Naast genoemde supermarkten en de modewinkels is ook Intersport een belangrijke trekker. Van het aantal winkels bestaat ongeveer twee derde uit zelfstandige winkeliers. Ongeveer 10 a 15% van het aantal winkels staat leeg.

Het winkelgebied kenmerkt zich verder door een eigen identiteit, dorpse karakter, veel Veldhovense winkeliers, een goede bereikbaarheid en ruime parkeervoorzieningen. Het winkelcentrum Kromstraat heeft primair een verzorgingsfunctie voor de wijk Veldhoven Dorp met circa 5.300 inwoners. Daarnaast heeft het centrum tevens een beperkte lokale verzorgingsfunctie. Sedert 2011 beschikt het centrum over een eigen centrummanager.



De Kromstraat

Heikant

Heikant is een klein buurtcentrum met een beperkt winkelaanbod. Het winkelaanbod bestaat uit een supermarkt (Plus, circa 1.200 m² wvo), aangevuld met een slijter, bloemenkiosk en een apotheek. Naast deze winkels is er nog een cafetaria en een kapsalon. De supermarkt is onlangs uitgebreid en beschikt over voldoende parkeergelegenheid. Het centrum ondervindt veel concurrentie van het nabijgelegen winkelcentrum van Meerhoven (gemeente Eindhoven). Buurtcentrum Heikant heeft een verzorgingsfunctie voor geheel Veldhoven Noord, bestaande uit de wijken de Kelen, Oerle, Heikant en de Polders. In dit gebied wonen ruim 15.000 inwoners.



Heikant

't Look

Evenals in Heikant is ook in 't Look het winkelaanbod beperkt. In feite betreft het een supermarkt (Albert Heijn) van circa 1.000 m² wvo. Naast deze supermarkt zijn er nog enkele dienstverlenende functies aanwezig. Op piekmomenten is er enig tekort aan parkeerruimte. Het primaire verzorgingsgebied van 't Look is de wijk 't Look. Deze wijk telt circa 3.000 inwoners.



't Look

Mira

Winkelcentrum Mira is gelegen in de wijk Zonderwijk. Deze wijk, het verzorgingsgebied van dit centrum, telt in totaal circa 3.500 inwoners. Het winkelaanbod bestaat momenteel uit een viertal winkels, bestaande uit een Albert Heijn (circa 800 m²) een Aldi (circa 700 m²), een slijter en een apotheek. Naast het centrum zijn tevens enkele horeca vestigingen aanwezig, een biljart/pool en een bowling. Circa 400 m² van het potentiële winkelaanbod staat leeg. Het centrum kent een goede bereikbaarheid en beschikt over voldoende parkeervoorzieningen. Ter voorkoming van concurrentie met het City Centrum is in de huidige detailhandelsstructuurvisie vastgelegd dat het supermarktaanbod in winkelcentrum Mira zich dient te beperken tot 1.500 m² wvo.



Mira

Burgemeester van Hoofflaan

In het winkelgebied Burgemeester van Hoofflaan zijn weliswaar 2 supermarkten aanwezig (Emte en Lidl), in de gewenste detailhandelsstructuur van de gemeente heeft dit centrum geen buurt/wijkverzorgende functie. Het centrum is gelegen aan de Stedelijke As die het bedrijventerrein de Run, het MMC en ASML verbindt met het centrum. In de huidige detailhandelsstructuurvisie van de gemeente heeft dit gebied vooral een aanloopfunctie en is het een ideale locatie voor startende ondernemers, dienstverleners en meer doelgericht bezochte functies. Ondanks haar 'beperkte' functie heeft het centrum een groot aantal winkels, waaronder de supermarkten en enkele winkels in niet-dagelijkse artikelen (waaronder Vogele). Ook de horeca-functie en aanvullende dienstverlening is sterk aanwezig. Bereikbaarheid en parkeermogelijkheden zijn ruim voldoende aanwezig. Het verzorgingsgebied van de winkels aan de Burgemeester van Hoofflaan wordt gevormd door de wijken D'Ekker en Meerveldhoven. In dit gebied wonen circa 6.500 inwoners.



Burgemeester van Hoofflaan

Zeelst

In de wijk Zeelst ligt een kleine supermarkt (Spar, circa 400 m² wvo), een fietsenwinkel en enkele horecavoorzieningen. Het verzorgingsgebied van de winkels in Zeelst is de wijk Zeelst met circa 5.000 inwoners. De ontwikkelingsmogelijkheden voor de winkels in Zeelst zijn beperkt. In de vigerende detailhandelsstructuurvisie van de gemeente hebben deze winkels geen verzorgingsfunctie.



Zeelst

De Run

Op het bedrijventerrein de Run bevinden zich in totaal 22 winkels van in totaal circa 25.000 m² wvo. Op het bedrijventerrein is ook een cluster met grootschalige winkels in de branche 'in en om het huis' gelegen. Dit cluster telt in totaal 5 winkels met een totale omvang van circa 15.000 m² wvo. Hiertoe behoren bouwmarkt Groenen, Bapypark, Leen Bakker, Kwantum en Sfeervol Wonen. Het cluster heeft vooral een lokale en bovenlokale verzorgingsfunctie.



De Run

Het verspreide winkelaanbod

Op verspreide locaties is tevens nog een groot winkelaanbod. Naast een achttal buurtwinkels betreft het vooral doelgericht bezochte winkels, waarvan de tuincentra Coppelmans, Groenrijk en Tuincentrum Veldhoven, de Echo meubelen en de Boerenbond de grootste winkels zijn.

4.2 Regio

Het centrum van Eindhoven, het wijkwinkelcentrum Meerhoven, winkelcentrum de Hurk en winkelcentrum Kastelenplein (allen in Eindhoven) zijn de belangrijkste concurrenten voor de detailhandel in Veldhoven. Daarnaast zijn de perifere winkelvoorzieningen T-Best en Ekkersrijt tevens als concurrerend aan te merken.

Centrum Eindhoven

Het centrum van Eindhoven behoort tot de grootste binnenstedelijke centra van Nederland en biedt aan de consument een prettig verblijfsklimaat en een groot aantal winkels in diverse branches. Het centrum van Eindhoven is in de periode 2011-2013 uitgeroepen tot de 'Beste Binnenstad'. De afgelopen jaren hebben in de Eindhovense binnenstad veel investeringen plaats gevonden; o.a. het project 'Rond de Admirant' en grootschalige winkels aan het 18 Septemberplein. De binnenstad is met afstand het meest bezochte winkelgebied in de regio. Veel belangrijke winkelketens zijn in de binnenstad gevestigd, zoals bijvoorbeeld de Bijenkorf, V&D, Media Markt, en binnenkort ook Primark.

Winkelcentrum Meerhoven, Eindhoven

In de nieuwste Eindhovense wijk en direct grenzend aan Veldhoven ligt het winkelcentrum Meerhoven. Dit centrum heeft een verzorgingsfunctie voor de wijk Meerhoven, doch is ook vanuit Veldhoven Noord makkelijk bereikbaar. Het winkelcentrum richt zich primair op de dagelijkse boodschappen, maar kent ook op het gebied van niet-dagelijkse goederen een aantal sterke winkels. De belangrijkste winkels zijn Albert Heijn, Jumbo, Blokker, Hema en Bart Smit. Het parkeren is voor de eerste twee uur gratis en vindt plaats in een ruime parkeergarage onder het centrum.

Winkelcentrum de Hurk, Eindhoven

Ook winkelcentrum de Hurk in Eindhoven grenst vrijwel direct aan Veldhoven. Met supermarkt Nettorama en winkels als BCC, Praxis, Beter Bed, Halfords, Action en Heymans Sport & Recreatie is ook de Hurk voor inwoners van Veldhoven een aantrekkelijk alternatief.

Winkelcentrum Kastelenplein

Het Kastelenplein in Eindhoven betreft een overdekt winkelcentrum met 3 grote parkeerterreinen en is ook vanuit Veldhoven makkelijk bereikbaar. Het winkelaanbod bestaat o.a. uit de supermarkten Jumbo en Aldi, een Hema, Blokker, Zeeman, Etos en nog diverse andere winkeliers.

Best

In Best zijn op het bedrijventerrein T-Best recentelijk nieuwe vestigingen van het sportwarenhuis Decathlon en bouwmarkt Karwei geopend. Ook zal op korte termijn bouwmarkt/tuincentrum Hornbach (20.000 m²) aan de Zandstraat in Best haar deuren voor het publiek openstellen. De plannen voor een uitbreiding van het hoofdwinkelcentrum van Best zijn onlangs gehalveerd. Het uitbreidingsplan behelst thans nog circa 2.500 m². Daarnaast is ook de parkeergarage geschrapt en daarmee ook de invoering van betaald parkeren in het centrum.

Son en Breugel

Op de meubelboulevard Ekkersrijt in de gemeente Son en Breugel is onlangs Ikea sterk uitgebreid. Ook het meubelplein is uitgebreid met 24.000 m² extra vloeroppervlak voor woon- en elektronicaformules en een geheel vernieuwde uitstraling. De nieuwbouw is januari 2013 opgeleverd. Alle oorspronkelijke huurders zijn in het complex teruggekeerd, waaronder Trendhopper, Carpet Right, Swiss Sense en Prénatal. Daarnaast is een groot aantal nieuwe formules op het gebied van wonen en elektronica toegevoegd, zoals Auping Plaza, Keukenkampioen, Leen Bakker, Blokker Tuin en BCC. Er staan nog een aantal panden leeg. Daarnaast zal het aanbod op Ekkersrijt waarschijnlijk verder uitgebreid worden met een vestiging van het elektronica concern Saturn.

5. DE VRAAG NAAR WINKELRUIMTE IN VELDHOVEN

De vraag naar winkelruimte in Veldhoven wordt bepaald door verschillende factoren. De belangrijkste hiervan zijn:

- de te verwachten bevolkingsontwikkeling;
- de bestedingen;
- de huidige en in de toekomst te verwachten koopstromen.

5.1 De te verwachten bevolkingsontwikkeling

Veldhoven telt momenteel circa 44.070 inwoners. De bevolking is als volgt over de verschillende wijken / stadsdelen verdeeld:

Tabel 5.1: Bevolkingsomvang wijken in Veldhoven (2013)

Wijk	Aantal inwoners
De Kelen	3.742
Oerle	1.997
Heikant	6.614
De Polders	2.821
Totaal Veldhoven Noord	15.174
't Look	2.767
Zonderwijk	3.412
Veldhoven-dorp	5.369
Totaal Veldhoven Zuidwest	11.548
Meerveldhoven	2.292
Zeelst	5.305
D'Ekker	4.121
Cobbeek-centrum	4.195
Totaal Veldhoven Zuidoost	15.913
Buitengebied	1.435
Totaal	44.070

Tot 2020 zullen in Veldhoven nog circa 1.800 woningen bijgebouwd worden. Deze zullen voornamelijk in Veldhoven-West gerealiseerd worden. Voor het jaar 2020 wordt uitgegaan van een bevolkingsomvang van 44.600 inwoners¹².

¹² Bron: gemeente Veldhoven.

Voor de jaren daarna wordt niet verwacht dat de bevolkingsomvang nog sterk zal groeien. De realisatie van de wijk Zilverackers (uiteindelijk circa 3.300 woningen) zal voornamelijk ten koste gaan van het aantal inwoners in de reeds bestaande wijken. Verwacht wordt dat in de nieuwe wijk Zilverackers uiteindelijk circa 7.000 a 8.000 mensen zullen komen te wonen. Wanneer dat aantal kan worden bereikt is nu nog niet te zeggen.

5.2 De bestedingen

De detailhandelsbestedingen in Veldhoven worden geraamd op basis van de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking in Nederland, gecorrigeerd voor de lokale situatie in Veldhoven. Landelijk wordt per hoofd van de bevolking circa € 2.270,- besteed aan dagelijkse goederen en circa € 2.540,- aan niet-dagelijkse goederen¹³. De gemiddelde besteedbare inkomens in Veldhoven liggen circa 5% hoger dan het landelijke gemiddelde. Op basis hiervan mag verwacht worden dat de bestedingen in Veldhoven ook een fractie hoger zullen liggen. Inclusief deze inkomenscorrectie komen deze per inwoner uit op € 2.300,- voor dagelijkse artikelen en € 2.608,- voor niet-dagelijkse artikelen¹⁴. Het in Veldhoven aanwezige bestedingspotentieel wordt derhalve geraamd op circa € 100 miljoen voor dagelijkse artikelen en op circa € 115 miljoen voor niet-dagelijkse artikelen.

5.3 De koopstromen

Vanuit Veldhoven

Een in 2009 door BRO uitgevoerd onderzoek naar de koopkrachtbinding in Veldhoven¹⁵ gaf aan dat in 2009 op het gebied van dagelijkse goederen circa 82% en op het gebied van niet-dagelijkse goederen¹⁶ circa 52% van de in Veldhoven aanwezige koopkracht door winkels in Veldhoven werd gebonden.

Meer recente onderzoeken tonen aan dat de winkeltrouwheid van consumenten aan winkelvoorzieningen in de eigen gemeente over het algemeen afneemt. Dat geldt zowel voor dagelijkse als voor niet-dagelijkse goederen. Zo is in recentelijk gehouden koopstromenonderzoeken in Nederland¹⁷ gebleken dat in gemeenten met een vergelijkbaar aantal inwoners de koopkrachtbinding op het gebied van dagelijkse goederen in de periode 2003 tot en met 2012 daalde van 94% naar 88%. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen nam de koopkrachtbinding af van 69% in

¹³ Bron: HBD, omzetkengetallen (2012).

¹⁴ Voor dagelijkse goederen is gerekend met een inkomenselasticiteit van 0,25; voor niet-dagelijkse artikelen een inkomenselasticiteit van 0,5.

¹⁵ Zie: Eindhoven, Regionaal Koopstromenonderzoek SRE, Samenwerkingsverband Regio Eindhoven, 21 september 2009.

¹⁶ Inclusief de perifere branches.

¹⁷ Zie: De weerbare binnenstad, Platform Binnenstadsmanagement / SSM Retail Platform (2012).

2003 tot circa 63% in 2012. Overigens liggen deze percentages nog wat lager voor plaatsen waarbij centra van hogere orde op korte afstand (6-12 km) gelegen zijn, namelijk 87% in de dagelijkse sector en 54% in de niet-dagelijkse sector. Veldhoven behoort tot deze plaatsen, met Eindhoven op korte afstand.

Op basis van bovenstaande cijfers zullen de huidige koopkrachtbindingscijfers in Veldhoven liggen tussen de 78 en 82% voor dagelijkse artikelen en tussen 47 en 52% voor niet-dagelijkse artikelen.

Wanneer we deze trendmatige gegevens verder projecteren op Veldhoven en we houden bovendien rekening met de toenemende concurrentie vanuit Meerhoven en andere winkelcentra in de regio en de toenemende impact van het internet is het aannemelijk te veronderstellen dat bij ongewijzigde omstandigheden de koopkrachtbinding in Veldhoven de komende jaren verder zal afnemen. De gemeente Veldhoven is zich hiervan bewust en streeft naar een sterke kwaliteitsverhoging van haar winkelgebieden om deze trend te keren. Zo zijn in het COPr diverse maatregelen voorgesteld om de verblijfswaarde van het City Centrum te verbeteren en is ook de huidige detailhandelsstructuur (bestaande uit verschillende kleine buurt- en wijkcentra) ter discussie gesteld en worden voorstellen opgesteld ter verbetering hiervan.

Afhankelijk van het realiseren van de plannen met betrekking tot het City Centrum en de buurt- en wijkvoorzieningen wordt er van uit gegaan dat de koopkrachtbinding in 2020 op het gebied van dagelijkse artikelen zal liggen tussen de 77% (de minimum variant: niet behalen van de doelstellingen) en de 82% (de maximum variant: wel behalen van de doelstellingen). Voor de niet-dagelijkse artikelen zal deze liggen tussen de 45 en 50%.

Vanuit de regio

Voor wat betreft de koopkrachttoevloeiing van buiten Veldhoven (uitgedrukt in een % van de behaalde omzetten) wordt verondersteld dat deze op hetzelfde niveau blijven als in 2009 is berekend. De koopkrachttoevloeiing op het gebied van dagelijkse goederen wordt gestabiliseerd op circa 15%; die van niet-dagelijkse artikelen op circa 38%¹⁸.

¹⁸ Zie: Eindhoven, Regionaal Koopstromenonderzoek SRE, Samenwerkingsverband Regio Eindhoven, 21 september 2009.

6. HET ECONOMISCH FUNCTIONEREN EN DE MARKTRUIMTE

6.1 Het economisch functioneren

Op basis van de cijfers zoals die in het vorige hoofdstuk zijn gegeven, kan een indruk verkregen worden omtrent het huidige functioneren van de winkelvoorzieningen in Veldhoven.

Tabel 6.1: Economisch functioneren detailhandel Veldhoven in 2013

	Dagelijkse goederen		Niet-dagelijkse goederen	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
Inwoners	44.070	44.070	44.070	44.070
Bestedingen per hoofd (€)	2.270	2.270	2.540	2.540
Bestedingen gecorrigeerd (€)	2.300	2.300	2.608	2.608
Bestedingspotentieel (mln. €)	101	101	115	115
Binding	77%	82%	47%	52%
Toevloeiing	15%	15%	38%	38%
Omzet (mln. €)	92	98	87	96
Aanbod in m ² wvo	13.276	13.276	61.932	61.932
Economisch functioneren (€ per m ² wvo)	6.961	7.410	1.407	1.554
Landelijk (€ per m ² wvo)	7.090	7.090	1.970	1.970

Bovenstaande cijfers tonen aan dat de gemiddelde omzetten in Veldhoven op het gebied van dagelijkse goederen ongeveer vergelijkbaar zijn met het landelijk gemiddelde. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen liggen deze er aanzienlijk onder. Een van de oorzaken van deze lagere omzetten moet gezocht worden in het feit dat er relatief veel grootschalige winkels zijn in Veldhoven die doorgaans lagere omzetten realiseren dan kleinschalige winkels en het vermoeden dat er kennelijk te veel winkelaanbod is (zie volgende paragraaf).

6.2 De marktruimte voor de komende jaren

In de hieronder staande tabel is de marktruimte voor de komende jaren berekend. In de maximum variant is ervan uitgegaan dat de plannen met het City Centrum (COPr) en de versterking van de detailhandelsstructuur in de wijken succesvol zullen zijn. In de minimum variant is ervan uitgegaan dat de versterkingen van het City Centrum en de wijkvoorzieningen achterwege blijft.

Tabel 6.2: Marktruimte detailhandel in Veldhoven in 2020

	Dagelijkse goederen		Niet-dagelijkse goederen	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
Inwoners	44.600	44.600	44.600	44.600
Bestedingen per hoofd (€)	2.270	2.270	2.540	2.540
Bestedingen gecorrigeerd (€)	2.300	2.300	2.608	2.608
Bestedingspotentieel (mln. €)	103	103	116	116
Binding	77%	82%	45%	50%
Toevloeiing	15%	15%	38%	38%
Omzet (mln. €)	92	98	84	94
Vloerproductiviteit ¹⁹ (€ per m² wvo)	7.026	7.250	1.554	1.554
Gewenst metrage in m² in 2020	13.141	13.566	54.327	60.363
Aanwezig metrage in 2012	13.276	13.276	61.932	61.932
Marktruimte	-135	290	-7.605	-1.569

De marktruimte in het jaar 2020 op het gebied van dagelijkse goederen zal maximaal circa 500 m² wvo bedragen, ervan uitgaande dat plannen ten aanzien van de vooral kwalitatieve versterkingen van het City Centrum en de buurt- en wijkvoorzieningen succesvol zijn.

Op het gebied van niet-dagelijkse goederen is er in het geheel geen marktruimte. Er is zelfs sprake van een overaanbod. Dat geldt niet alleen voor de branches die zich in het City Centrum en de wijkcentra bevinden, maar ook voor de branches op perifere locaties (woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra. Een berekening (mede op basis van het in 2009 uitgevoerde koopstromenonderzoek in het SRE gebied) toont aan dat er in 2020 voor deze branches een negatieve marktruimte (een overaanbod) aanwezig is van circa 2.000 m² wvo (zie bijlage 3). Voor de andere branches in de sector niet-dagelijkse goederen is er dan in de minimale variant een overaanbod van circa 5.500 m² wvo, terwijl er in de maximale variant in 2020 marktevenwicht zal zijn. Het feit dat er in de toekomst een overaanbod te verwachten is op het gebied van niet-dagelijkse goederen wil overigens niet zeggen dat bestaande ondernemers binnen de gewenste detailhandelsstructuur om exploitatie-technische redenen geen mogelijkheid zouden kunnen hebben om hun winkel uit te breiden.

Enige nuancering op zijn plaats

Bij het bestuderen van deze cijfers dient in ogenschouw genomen te worden dat bovenstaande berekeningen (los van de voorgenomen kwalitatieve verbeteringen) min of meer gebaseerd zijn op de huidige vraag- en aanbodverhoudingen. In situaties waarin zich in het aanbod echt nieuwe ontwikkelingen voordoen met een hoog onderscheidend karakter ten opzichte van het bestaande en een grote toegevoegde

¹⁹ Ten aanzien van de vloerproductiviteit voor dagelijkse artikelen is verondersteld dat deze gelijk zal zijn aan het gemiddelde van de vloerproductiviteit in 2012 en de landelijke vloerproductiviteit. Voor de niet-dagelijkse artikelen is deze gelijkgesteld aan de gerealiseerde vloerproductiviteit in 2012 (maximum variant).

waarde kan van de maximale marktruimte worden afgeweken. Voorbeelden hiervan zijn winkels die een bijzonder grote aantrekkingskracht hebben en waarvan ook synergie te verwachten is voor de bestaande winkels). Onderzoek zou dan moeten aantonen dat hier ook echt sprake van is en dat het functioneren van de bestaande centra niet zodanig in gevaar brengt dat hierdoor een duurzame ontvruchting van de detailhandelsstructuur plaats vindt.

7. NAAR EEN BESTENDIGE DETAILHANDELSSTRUCTUUR

7.1 De uitgangspunten

Bij het vorm geven van een eigentijdse en bestendige detailhandelsstructuur is een indeling naar bezoekmotieven van wezenlijk belang. Onderscheid wordt gemaakt in:

- recreatief winkelen;
- boodschappen doen;
- doelgericht winkelen.

Het recreatief winkelen vindt plaats in de stadscentra; het boodschappen doen in de buurt- en wijkcentra en het doelgericht winkelen in perifere centra. Daarbij komt dat gestreefd dient te worden naar een zo groot mogelijke concentratie en clustering van winkels. Voor de ondernemer heeft dat tot voordeel dat winkeliers van elkaars aanwezigheid kunnen profiteren (combinatiebezoek), de aantrekkingskracht van de centra groter wordt en naarmate er meer klanten komen er ook een mogelijkheid gaat ontstaan voor nieuwe investeringen. Voor de consument heeft dat tot voordeel dat zoveel mogelijk op een plek vergeleken en gekocht kan worden. Dit voorkomt shophoppen. Voor de gemeente heeft dat tot voordeel dat door de aanwezigheid van sterke winkelcentra het woon- en verblijfsklimaat aanzienlijk versterkt wordt. De in Veldhoven aanwezige winkelcentrumtypologieën zullen op deze bezoekmotieven moeten inspelen.

Het City Centrum

Het City Centrum zal in de toekomst haar huidige functie als boodschappencentrum en als recreatief centrum minimaal moeten behouden en zo mogelijk moeten versterken. Functioneel zal het aanbod moeten bestaan uit minimaal circa 100 winkels met in totaal 15.000 a 20.000 m² wvo (de kritische massa om voldoende aantrekkelijk te zijn). Wanneer we deze aantallen vergelijken met de huidige omvang kan geconcludeerd worden dat (ondanks het aanwezige overaanbod van winkels op het gebied van niet-dagelijkse goederen) een verdere inkrimping van het City Centrum het functioneren daarvan in gevaar kan brengen. Ondanks het feit dat er eigenlijk geen marktruimte aanwezig is, dienen de bestaande ondernemers in het City Centrum de mogelijkheid te hebben om hun winkel om exploitatie-technische redenen uit te breiden.

Om haar boodschappenfunctie voor geheel Veldhoven waar te maken en om onderscheidend te zijn ten opzichte van de wijkcentra dient het City Centrum te beschikken over minimaal 2 à 3 complementaire supermarkten. Een toevoeging van een discount supermarkt (circa 1.000 m² wvo) en een vergroting van de reeds bestaande

supermarkten met circa 500 m² wvo is daarom zeer gewenst. Zowel de Albert Heijn als de Jumbo supermarkt in het City Centrum zullen dan een omvang hebben van elk circa 2.000 m² wvo (thans hebben beide supermarkten elk een omvang van circa 1.750 m² wvo).

Om haar recreatieve functie waar te maken zullen in ieder geval aanwezig moeten zijn een warenhuis, winkels op het gebied van mode en luxe, vrije tijd en een sterk aanbod van andere (recreatieve) functies die het winkelaanbod ondersteunen (horeca, cultuur, vermaak, aantrekkelijke openbare ruimte). Op ruimtelijk gebied zal veel aandacht besteed moeten worden aan het verbeteren van de verblijfskwaliteit van het centrum en aan een eigenheid die past bij het imago van Veldhoven. In het COPr wordt een aantal maatregelen genoemd die hier een belangrijke bijdrage aan kunnen geven:

- het koppelen van maatschappelijke, culturele en sociale functies aan het winkelcentrum;
- het aantrekken van nieuwe winkels en horeca voorzieningen;
- het aanpassen van de openbare ruimte (entrees, aansluiting op park, extroverter, toegankelijkheid minder validen);
- het organiseren van passende activiteiten;
- het bieden van vermaak;
- het versterken van de woonfunctie;
- handhaving bereikbaarheid en verbetering bereikbaarheid voor fietsers en voetgangers en
- meer gebruiksgemak van de parkeervoorzieningen.

De wijkcentra

Wijkcentra worden voornamelijk bezocht voor het doen van boodschappen en hebben daarnaast ook een belangrijke ontmoetingsfunctie. Het doen van boodschappen is hun primaire functie. Om deze functie goed tot zijn recht te laten komen dienen deze centra makkelijk bereikbaar te zijn en te beschikken over voldoende parkeerruimte. Ook functioneel dienen wijkcentra aantrekkelijk te zijn. Met het oog op de toenemende concurrentie en het gemak waarmee de consument zijn boodschappen wil doen, dienen wijkcentra te beschikken over een compleet aanbod op het gebied van dagelijkse goederen. Dat betekent minimaal een of twee (complementair aan elkaar zijnde) supermarkten van een moderne omvang aangevuld met aanvullend dagelijks aanbod (zoals food speciaalzaken, drogisterij). Afhankelijk van het aantal supermarkten varieert de minimale omvang voor dagelijkse artikelen tussen de 1.500 m² en 2.500 m² wvo. De aantrekkingskracht van een wijkcentrum kan verder versterkt worden door het toevoegen van frequent benodigd niet-dagelijks aanbod (zoals bijvoorbeeld een bloemenwinkel, winkel in dierbenodigdheden, huishoudelijke artikelen, enz.) en andere wijkgerichte functies (zoals bijvoorbeeld een cafetaria, een afhaalrestaurant, gezondheidsvoorzieningen, afhaalpunten, enz.).

Belangrijk aspect bij de ruimtelijke situering van wijkcentra is dat deze voor alle inwoners van Veldhoven binnen aanvaardbare afstand bereikbaar zijn. Over het gehele land bezien zijn supermarkten binnen een afstand van gemiddeld 900 meter voor alle inwoners van Nederland bereikbaar. Voor de provincie Noord-Brabant is dat ook het geval²⁰. Voor Veldhoven wordt als uitgangspunt gesteld dat voor nageenoege alle inwoners in de gemeente binnen een afstand van 800 meter een supermarkt bereikbaar dient te zijn. Een dergelijke nabijheid van supermarkten betekent een waardevolle bijdrage aan het woon- en leefklimaat in de Veldhovense wijken. Als uitgangspunt wordt tevens gesteld dat elk wijkcentrum dient te beschikken over een voldoende groot draagvlak, dat wil zeggen minimaal 10.000 a 15.000 inwoners in zijn primaire verzorgingsgebied.

Perifere centra (De Run)

Het vestigen van winkels op perifere locaties (zoals op industrieterreinen) dient zich te beperken tot die branches die vanwege het volumineuze karakter van de gevoerde assortimenten en/of de aard en schaal van de winkel niet of zeer moeilijk inpasbaar zijn in of aan de rand van het City Centrum of de wijkcentra. Degelijke centra voorzien in doelgerichte en laagfrequente aankopen. De branches waar het op deze perifere centra over gaat beperken zich tot de branches doe-het-zelf, woninginrichting en tuincentra. Om in de toekomst de lokale en bovenlokale verzorgingsfunctie voor De Run te kunnen behouden en eventueel te versterken dient De Run een minimale omvang te hebben van 15.000 à 20.000 m² wvo. Daarnaast een sterke clustering, goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheden.

Bouwmarkten en tuincentra

Lokaal verzorgende bouwmarkten en tuincentra (bijvoorbeeld tot circa 3.000 m² wvo) vormen geen concurrentie voor het City Centrum, de wijkcentra en De Run. Gelet op het ontbreken van marktruimte is uitbreiding van het aanbod echter niet gewenst. Voor eventuele verplaatsingen geldt dat grootschalige vestigingen primair gevestigd zouden moeten worden op de Run. Gelet op het specifieke karakter en het ruimtebeslag, wordt een vestiging buiten de aangewezen winkelgebieden en perifere locaties echter niet op voorhand uitgesloten. Met name locaties in de randzones kunnen eventueel in aanmerking komen. Grootschalige bovenlokale tuincentra en bouwmarkten worden regionaal afgestemd. Grootschalige bouwmarkten dienen zich, na regionale afstemming, te situeren op De Run.

Maxima Medisch Centrum / Health Technology Park

In de komende jaren zullen ingrijpende verbouwingen en uitbreidingen plaats vinden, zowel bij het Maxima Medisch Centrum (MMC) als bij Health Technology Park (HTP). Inclusief prognoses omtrent het aantal werknemers bij ASML zullen er in de toekomst circa 12.500 mensen werken bij het MMC / HTP of ASML.

²⁰

Bron: www.compendiumvoordeleefomgeving.nl

Het huidige aantal bezoekers/patiënten bij het MMC is in totaal circa 2 miljoen per jaar. Een toekomstige raming van het aantal bezoekers is nog niet bekend.

MMC en HTP willen voor haar medewerkers, bezoekers en patiënten tevens een voorzieningencentrum realiseren. In dit centrum zullen naast een bedrijfsrestaurant en overige horecavoorzieningen tevens kleinschalige winkels gerealiseerd worden. Uitgangspunt is dat deze winkels zich richten op de momentbehoefte van de werknemers / bezoekers / patiënten en ondersteunend dienen te zijn aan de functies van MMC/HTP. Galeria Màxima vormt op deze manier geen bedreiging voor de detailhandelsstructuur bestaande uit het City Centrum, de wijkcentra en De Run. Daar op dit moment het concept van Galeria Maxima nog niet bekend is, zal de gemeente te zijner tijd een nadere uitwerking in het bestemmingsplan opnemen.

Verspreide bewinkeling

In het detailhandelsbeleid van de gemeente Veldhoven hebben het in stand houden en het eventueel versterken van het functioneren van het verspreid liggend winkelaanbod geen prioriteit. Indien passend in het functioneren van de gewenste detailhandelsstructuur dient gestreefd te worden naar verplaatsingen van deze winkels naar de winkelcentra.

7.2 Accommoderen van internethandel

Belangrijk onderdeel van het opstellen van een toekomst bestendige detailhandelsstructuur is het wel of niet faciliteren van handel via het internet en op welke locaties in Veldhoven dit kan plaats vinden. Zoals in hoofdstuk 3 reeds is aangegeven gaat internethandel een steeds belangrijkere rol spelen in de distributie. Voor ondernemers is het van belang om hier op de juiste wijze op in te spelen. In hoofdstuk 3 is reeds verwezen naar de mogelijkheden van multichannel.

Met de komst van internethandel ontstaat een nieuw type bedrijf met bijbehorende kenmerken. Onderscheid kan gemaakt worden in:

- Internethandel zonder fysieke bezoekmogelijkheid;
- Internethandel met fysieke bezoekmogelijkheid.

7.2.1 Internethandel zonder fysieke bezoekmogelijkheid

Bij deze vorm van internethandel is er geen contact tussen internetwinkel en klant. Alle klantencontacten met de klant en de verzending van de goederen gebeurt uitsluitend via het internet of per post. Deze vorm van internethandel wordt in ruimtelijke zin niet aangemerkt als detailhandel.

Zij kunnen voorkomen als uitsluitend kantoor maar ook als bezorgdienst. Locaties waar kantoorachtige internethandel zich in Veldhoven zouden kunnen vestigen zijn:

- In woonwijken (mits zij geen overlast bezorgen);

- In winkelcentra die in de gewenste detailhandelsstructuur hun functie verliezen;
- In de stedelijke as;
- op PDV-locatie De Run.

Locaties waar internet bezorgdiensten zich in Veldhoven zouden kunnen vestigen zijn:

- in de winkelcentra die in de gewenste detailhandelsstructuur hun functie verliezen;
- de stedelijke as;
- bedrijventerreinen²¹;
- op de PDV-locatie De Run.

7.2.2 Internethandel met fysieke bezoekmogelijkheid

Hier kan de klant de internethandel bezoeken om de bestelde artikelen af te halen, te retourneren (de zogenaamde afhaalpunten). Daarnaast zijn er ook afhaalpunten waar ook andere zaken mogelijk zijn, zoals het presenteren, kopen, bestellen en omruilen van artikelen (de webwinkel). Zelfstandige afhaalpunten kunnen alleen of geclusterd gevestigd worden. Middels clustering kunnen verkeersstromen beter geconcentreerd worden. Bij voorkeur worden deze afhaalpunten geconcentreerd op goed bereikbare locaties, zoals in de periferie of in winkelgebieden met een goede bereikbaarheid. Het vestigen van afhaalpunten in winkelcentra heeft tot voordeel dat hierdoor nieuwe bezoekmotieven ontstaan voor de winkelcentra. Middels combinatiebezoek kunnen ook andere winkels hiervan profiteren. Voor Veldhoven betekent dit dat afhaalpunten gerealiseerd kunnen worden in:

- de gewenste winkelcentra;
- op de PDV-locatie De Run;
- goed bereikbare locatie aan de A67 en/of de toekomstige N69²²;
- de stedelijke as vanaf de Run tot de Heerbaan.

Voor webwinkels (waar ook artikelen gepresenteerd worden en waar men ook niet via internet bestelde artikelen kan kopen) worden als detailhandel beschouwd en vormen dus een wezenlijk onderdeel van de voorliggende detailhandelsstructuurvisie. Ter voorkoming van ongewenste concurrentie worden in Veldhoven voor deze vorm van detailhandel alleen mogelijkheden geboden in:

- de gewenste winkelcentra;
- PDV-locatie De Run (voor zover passend binnen de brancheringsvoorwaarden van De Run).

²¹ De mogelijkheden daartoe dienen opgenomen te worden in een bedrijfsterreinvisie, waarbij in ieder geval aandacht besteed moet worden aan de behoefte aan bedrijvigheid en de bereikbaarheid en verkeersbelasting van deze bedrijventerreinen.

²² Recentelijk is aan de A2 (tegenover McDonalds op Eindhovens grondgebied een eerste pick-up point geopend. (Superdirect).

7.3 De gewenste detailhandelsstructuur

Een toekomst bestendige detailhandelsstructuur in Veldhoven dient er in Veldhoven als volgt uit te zien:

1. Het City Centrum;
2. Winkels in de wijken;
3. De Run;
4. MMC/HTP.

7.3.1 Het City Centrum

Het City Centrum heeft, zoals eerder reeds gezegd, zowel een boodschappen als een recreatieve functie. Om het functioneren als boodschappencentrum en haar lokale verzorgingsfunctie op dat gebied te versterken is het wenselijk om naast een vergroting van de beide supermarkten tot circa 2.000 m² wvo en uitbreiding van het aantal foodspeciaalzaken tevens een discount supermarkt toe te voegen. Het dagelijks aanbod in het City Centrum komt daarmee op circa 7.000 m² wvo. Met dit aanbod onderscheidt het City Centrum zich nadrukkelijk van het winkelaanbod in de wijken. Het versterken van de recreatieve functie dient vooral gezocht te worden in het versterken van de kwaliteit van de openbare ruimte en de identiteit van het City Centrum (COPr). Ook het toevoegen van nieuw winkelaanbod heeft prioriteit, echter wel onder de voorwaarde dat het zich onderscheidt van het huidige aanbod (niet meer van hetzelfde).

7.3.2 Winkels in de wijken

Momenteel bevinden zich in Veldhoven (naast het City Centrum) in totaal 6 locaties²³ waar winkels met een buurt/wijkverzorgende functie gehuisvest zijn. Met name op de locaties Heikant, 't Look en Mira is het aanbod onvolledig. Mede als gevolg van de toenemende concurrentie vanuit Meerhoven, de sterke concurrentie vanuit de Hurk en het Kastelenplein in Eindhoven wordt gevreesd voor de toekomstbestendigheid van deze winkellocaties. Een herstructurering van de detailhandelsstructuur op wijkniveau is daarom meer dan gewenst.

Maximaal ruimte voor 3 Wijkcentra

Op basis van de eerder in deze nota geformuleerde uitgangspunten kan geconcludeerd worden dat er in Veldhoven (naast het City Centrum) maximaal ruimte is voor 3 wijkcentra. Wanneer we vervolgens een maximale afstand van circa 800 meter hanteren waarbinnen voor nagenoeg alle inwoners van Veldhoven een supermarkt (winkelcentrum) bereikbaar dient te zijn, kan geconcludeerd worden dat slechts 2

²³ Heikant, 't Look, Mira, Kromstraat, Burgemeester van Hoofflaan en Zeelst.

van alle mogelijke varianten (zie bijlage 1) voldoen aan alle hierboven gehanteerde uitgangspunten.

Hieronder zijn deze schematisch weergegeven:

Voorkeursvariant 1:

In voorkeursvariant 1 (variant 4 in bijlage 2) bestaat de detailhandelsstructuur in de Veldhovense wijken uit:

- Het City Centrum;
- Wijkcentrum Heikant;
- Wijkcentrum 't Look;
- Wijkcentrum plus Kromstraat.

In de hieronder staande figuur is duidelijk zichtbaar dat met deze structuur nagevoeg alle inwoners van Veldhoven binnen een afstand van circa 800 meter een volledig wijkcentrum tot hun beschikking hebben. In deze structuur is ook Zeelst opgenomen. De daar gevestigde supermarkt heeft een ondersteunende functie voor het City Centrum voor wat betreft de dagelijkse verzorging van de oostkant van Veldhoven. Om de concurrentie met de gewenste detailhandelsstructuur zoveel mogelijk te beperken wordt Zeelst in de detailhandelsstructuur aangemerkt als een buurtsteunpunt. Dat wil zeggen dat Zeelst haar functie dient te behouden, maar dat de uitbreidingsmogelijkheden beperkt zijn (maximaal 500 m² wvo).

Opgemerkt zij voorts dat het wijkcentrum Kromstraat ten opzichte van de andere wijkcentra een plus heeft. Deze plus komt voort uit het feit dat de Kromstraat van oudsher het centrum van Veldhoven-dorp is en naast aanbod op het gebied van dagelijkse artikelen tevens over aanbod (vaak zelfstandigen) beschikt in recreatief bezochte branches (zoals mode, sport en spel, bruin- en witgoed). In het toekomstige beleid van de Kromstraat vormt het behoud van deze recreatieve functie een belangrijk aandachtspunt, doch tegelijkertijd dient voorkomen te worden dat deze recreatieve branches zich substantieel en ten koste van het functioneren van het City Centrum uitbreiden.

De winkelcentra Mira en Burgemeester van Hoofflaan verliezen in deze variant hun verzorgingsfunctie²⁴. Dat wil zeggen dat de hier gevestigde supermarkten en andere winkels geherlocaliseerd zouden moeten worden over de hierboven genoemde centra. Voor de uitvoering hiervan wordt verwezen naar paragraaf 7.3.

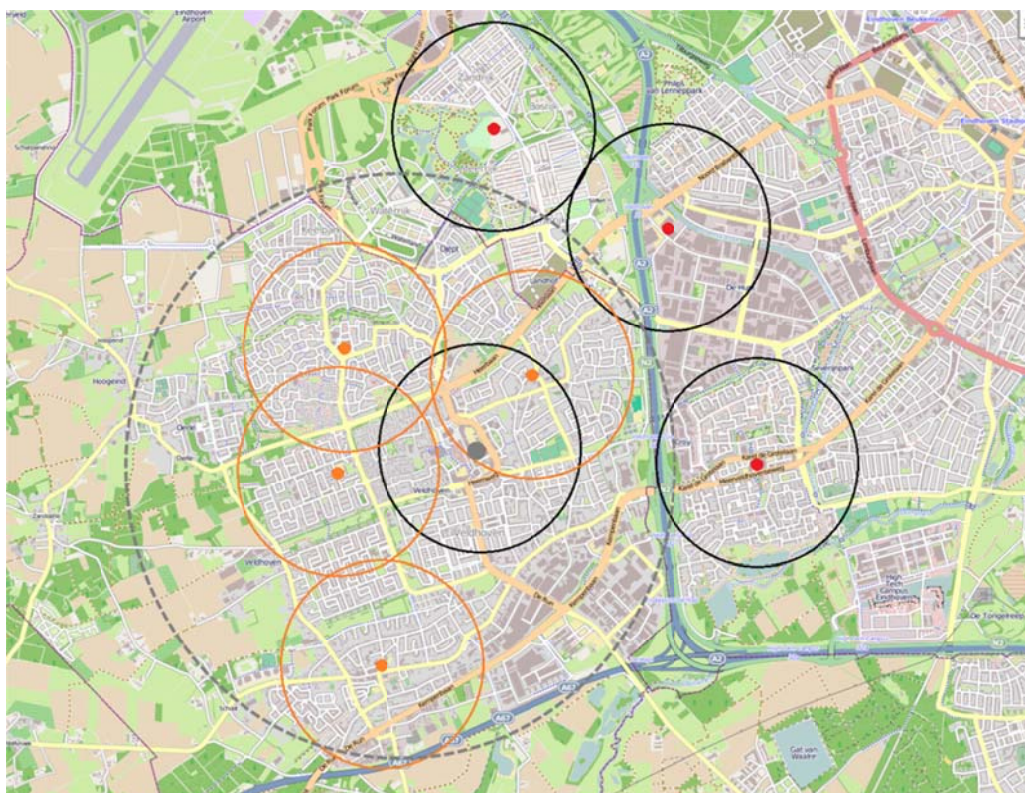
Belangrijk aspect bij het bestuderen van de mogelijkheden in deze voorkeursvariant is de ontwikkeling van Zilverackers. Om in deze nieuwe wijk een eigen winkelcen-

²⁴ Ten aanzien van de Burgemeester van Hoofflaan dient opgemerkt te worden dat ook in de thans nog vigerende detailhandelsnota de Burgemeester van Hoofflaan geen buurtverzorgende functie was toegekend. De hier gevestigde winkels zouden (ter voorkoming van een te grote concurrentie met het City Center) veel meer een functie moeten hebben als aanloopgebied naar het centrum.

trum met voldoende omvang te realiseren is het draagvlak met circa 7.000 à 8.000 inwoners te klein. Beter is om de toekomstige bevolkingsomvang van Zilverackers te zien als extra draagvlak voor de winkelcentra Heikant, 't Look en de Kromstraat. In dit verband is het aanbevelenswaardig onderzoek te doen naar de mogelijkheden om het centrum vanuit Zilverackers beter bereikbaar te maken, dan wel een onderzoek te doen naar de mogelijkheden om het winkelcentrum 't Look te verplaatsen in westelijke richting, meer nabij Zilverackers.

Schematisch:

Figuur 7.1. Voorkeursvariant 1



Voorkeursvariant 2:

In voorkeursvariant 2 (variant 7 in bijlage 2) zal de winkelstructuur in de Veldhovense wijken bestaan uit:

- Het City Centrum;
- Wijkcentrum Heikant;
- Wijkcentrum Mira;
- Wijkcentrum plus Kromstraat.

Ook in deze variant zijn voor nagenoeg alle inwoners van Veldhoven de wijkcentra op aanvaardbare afstand bereikbaar. Evenals bij voorkeursvariant 1 dient opgemerkt te worden dat het wijkcentrum Kromstraat ten opzichte van de andere wijkcentra

een plus heeft. Deze komt voort uit het feit dat de Kromstraat van oudsher het centrum van Veldhoven-dorp is en naast aanbod op het gebied van dagelijkse artikelen tevens over aanbod (vaak zelfstandigen) beschikt in recreatief bezochte branches (zoals mode, sport en spel, bruin- en witgoed). In het toekomstige beleid van de Kromstraat vormt het behoud van deze recreatieve functie een belangrijk aandachtspunt, doch tegelijkertijd dient voorkomen te worden dat deze recreatieve branches zich substantieel en ten koste van het functioneren van het City Centrum zich uitbreiden.

Evenals in voorkeursvariant 1 zal ook aan Zeelst een functie toegekend worden als ondersteuning van het City Centrum voor wat betreft de dagelijkse verzorging van de oostkant van Veldhoven. De uitbreidingsmogelijkheden zijn beperkt tot circa 10%. In voorkeursvariant 2 zullen derhalve de centra 't Look en de Burgemeester van Hoofflaan hun functie als wijkverzorgend centrum verliezen.

Met betrekking tot de Mira zou er bij eventuele ontwikkelingen moeten worden gestreefd naar een betere wisselwerking met strip winkels en maatschappelijke voorzieningen aan de Van Oortlaan, dan wel het verplaatsen van deze functies nabij winkelcentrum Mira. Evenals bij voorkeursvariant 1 zou nader onderzoek gedaan moeten worden naar de mogelijkheden om winkelcentrum Mira beter bereikbaar te maken vanuit de wijk Zilverackers. Daarmee krijgt winkelcentrum Mira tevens een belangrijke verzorgingsfunctie voor de toekomstige wijk Zilverackers. Een andere minder voor de hand liggende mogelijkheid is om de locatie waar Mira thans gevestigd is meer in westelijke richting te verplaatsen.

Schematisch:

Figuur 7.2. Voorkeursvariant 2



Burgemeester van Hoofflaan als gemengd milieu

Ter voorkoming van een te grote concurrentie met het City Centrum en met andere wijkcentra wordt de Burgemeester van Hoofflaan in de nieuwe detailhandelsstructuurvisie een functie toegekend als gemengd milieu. Zoals reeds in de vorige detailhandelsstructuurvisie²⁵ werd geconstateerd ontbreekt het in het City Centrum aan een zogenaamd B-milieu, dat door een lager huurniveau een ideale locatie is voor startende ondernemers, dienstverleners en meer doelgericht bezochte functies. Vanwege haar ligging nabij het City Centrum, de goede bereikbaarheid en parkeergelegenheid is de Burgemeester van Hoofflaan een goed vestigingsmilieu voor dergelijke bedrijven. Concentratie van de publieksgerichte functies wordt met name aan de noordzijde voorzien. Substantiële uitbreiding van het winkelaanbod is ongewenst om de positie van het City Centrum niet te ondermijnen.

Zeelst als buurtsteunpunt

De kleine supermarkt in Zeelst heeft zoals reeds eerder gezegd, samen met het City Centrum, een specifieke buurtverzorgende functie voor het oostelijk deel van Veld-

²⁵ Zie: Detailhandelsstructuurvisie, gemeente Veldhoven, DTNP, vastgesteld door de gemeenteraad op 19 februari 2008.

hoven. In de detailhandelsstructuur worden de winkels in Zeelst als buurtsteunpunt beschouwd. Dat wil zeggen beperkte uitbreidingsmogelijkheden (tot 10%).

Verspreide bewinkeling

Het beleid ten aanzien van de verspreide bewinkeling is gericht op het zoveel mogelijk verplaatsen van winkels naar de hierboven benoemde centra. Met name gaat het hierbij om die winkels die een buurt/wijkverzorgende functie hebben (zoals bijvoorbeeld een bakker, slager, groenteboer, e.d.) en winkels die vanwege hun branchering beter in het City Centrum zouden passen. Tot deze laatste groep behoren o.a. modewinkels, schoenenwinkels, speelgoed- en sportwinkels. Van een actieve sanering van de verspreide bewinkeling is overigens geen sprake. Substantiële uitbreidingen van het winkelaanbod is ongewenst.

7.3.3 De Run

Het perifere winkelcentrum De Run is uitsluitend bedoeld voor winkels in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra. Gestreefd dient te worden naar een zo groot mogelijke concentratie / clustering van functies. De mogelijkheden voor een uitbreiding van het winkelaanbod op De Run zijn (markttechnisch gezien) beperkt. Van een substantiële uitbreiding van het winkelaanbod op De Run is derhalve geen sprake.

7.3.4 MMC/HTP

De winkels in MMC/HTP (ook wel Galeria Maxima) voorzien in de momentbehoefte van de daar aanwezige werknemers/ bezoekers / patiënten. Uitdrukkelijk zij vermeld dat de hier te realiseren winkels het functioneren van de hierboven beschreven detailhandelsstructuur niet mogen ondermijnen. Het woon- en leefklimaat in de wijken zou hiermee gevaar kunnen lopen. Galeria Maxima mag derhalve niet uitgroeien tot een zelfstandig winkelgebied. Daar op het moment van stellen van deze visie het concept van Galeria Maxima nog niet bekend is, zal de gemeente te zijner tijd een nadere uitwerking in het bestemmingsplan opnemen.

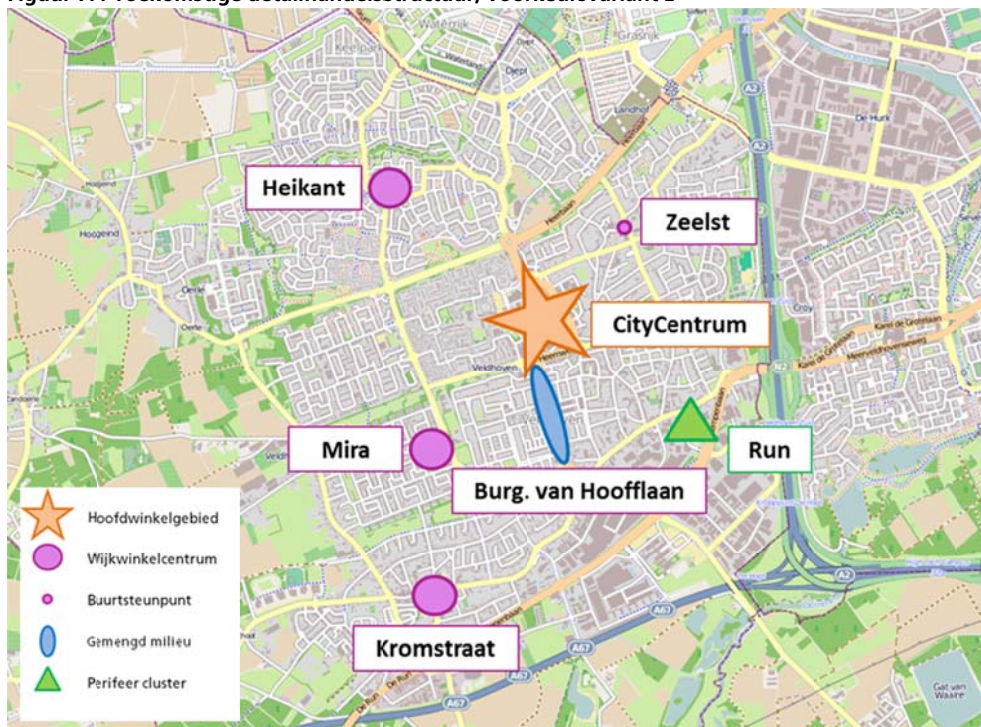
7.3.5 De nieuwe structuurvisie op kaart

Hieronder is schematisch aangegeven hoe per voorkeursvariant de nieuwe detailhandelsstructuur er uit zal gaan zien.

Figuur 7.3 Toekomstige detailhandelsstructuur, voorkeursvariant 1



Figuur 7.4 Toekomstige detailhandelsstructuur, voorkeursvariant 2



7.4 De uitvoering

Het realiseren van bovenstaande detailhandelsvisie is een langdurige zaak. De gewenste detailhandelsstructuur is niet van de één op de andere dag te bereiken. De markt zal invulling moeten geven aan die gewenste structuur, uiteraard binnen de kaders die in dit document staan beschreven.

In het kort komt het er op neer dat de gemeente wel medewerking verleent aan ontwikkelingen binnen de gewenste structuur, maar geen medewerking meer verleent aan initiatieven die niet passen binnen de gewenste detailhandelsstructuur.

De gemeente voert geen actief beleid om de gewenste visie te realiseren. Dat wil zeggen: zij geeft wel toestemming aan uitbreidingen van het winkelaanbod op die locaties die in de gewenste structuur passen en verleent geen toestemming aan substantiële uitbreidingen daarbuiten. Verder zal de markt zijn werk moeten doen. Wel zal de gemeente ten aanzien van die winkels die thans gehuisvest zijn in centra die niet meer passen in de door haar gewenste detailhandelsstructuur flankerend beleid opstellen in die zin dat op verzoek van en in overleg met de betreffende exploitant gezocht wordt naar andere vestigingslocaties dan wel gezocht wordt naar mogelijkheden voor een bedrijfsbeëindiging. De gemeente stelt zich zodoende meewerkend op. Deze wijze van uitvoering brengt met zich mee dat de gemeente geen inhoudelijke en financiële bijdrage hoeft te leveren aan het tot stand komen van de gewenste detailhandelsstructuur.

Aangetekend dient te worden dat als gevolg van mogelijke uitbreidingen van de winkelomvang er geen garantie is op een gelijktijdige sanering of verplaatsing van overtollige meters. De dan ontstane overcapaciteit van winkelaanbod kan sterk negatieve gevolgen hebben voor de gewenste detailhandelsstructuur en wellicht ontstaat leegstand binnen de gewenste structuur. Hiermee neemt de kans op het realiseren van een maximale binding in Veldhoven af. Er is dus geen koppeling tussen het realiseren van de gewenste detailhandelsstructuur en het saneren van winkels op locaties die niet meer passen in de gewenste detailhandelsstructuur.

BIJLAGE 1. DEELNEMERS INTERACTIEF PROCES

Samenstelling begeleidingsgroep:

Naam	Vertegenwoordigd
André van Reijen	Winkelcentrum Heikant
Cees Hoppenbrouwers	Ondernemersvereniging CityCentrum
Edwin Coppelmans	Zonderwijk
Irma Verhoeven	Kamer van Koophandel Brabant
John van den Luijngaarden	Winkelcentrum 't Look
Marco Verberne	Tuincentra
Selma Koegler	Ondernemersvereniging Veldhoven-Dorp
Theo Hendriks	Winkelgebied Burg. van Hoofflaan
Marjo Yücesan	Gemeente Veldhoven - Ruimtelijke Ordening
Robbert Speksnijder	Gemeente Veldhoven - Economische zaken

Deelnemers expert meetings:

Naam	Organisatie
André van Reijen	Winkelcentrum Heikant
Cees Hoppenbrouwers	Ondernemersvereniging CityCentrum
Dennis van de Ven	SDK Vastgoed
Edwin Coppelmans	Zonderwijk
Frank Punte	Sligro Food Group
Hans Brands	Health Technology Park
John van den Luijngaarden	Winkelcentrum 't Look
Lies de Groot	Woningstichting Aert Swaens
Marco Verberne	Tuincentra
Paul van Moorsel	Kamer van Koophandel Brabant
Piet van de Meulen	Gendervest
Raymond Janssen	Urban Interest
Selma Koegler	Ondernemersvereniging Veldhoven-Dorp
Theo Hendriks	Winkelgebied Burg. van Hoofflaan
Jeroen Ijff	Gemeente Veldhoven - Ruimtelijke Ordening
Marjo Yücesan	Gemeente Veldhoven - Ruimtelijke Ordening
Linda Wittebrood	Gemeente Veldhoven - Leefbaarheid
Annemarie Evers	Gemeente Veldhoven - Economische zaken
Robbert Speksnijder	Gemeente Veldhoven - Economische zaken

Reactie per mail:

Chris van der Sommen	VvE Veldhoven-Dorp
----------------------	--------------------

BIJLAGE 2. MOGELIJKE VARIANTEN WIJKCENTRA

In deze bijlage is schematisch aangegeven welke varianten zijn onderzocht. Zoals zichtbaar op de afbeeldingen blijven met name in de varianten 1, 2, 3, 5, 6, 8 en 9 grote delen van Veldhoven onderverzorgd. Dat wil zeggen dat de inwoners van die buurten geen winkelcentrum (supermarkt) tot hun beschikking hebben binnen een afstand van circa 800 meter.

In de varianten 4 en 7 is dat wel het geval. Deze zijn daarom benoemd tot voorkeursvariant 1 en voorkeursvariant 2. Ook blijkt duidelijk uit de afbeeldingen dat een mogelijk verdwijnen van de winkels in Zeelst (in de huidige detailhandelsstructuurvisie zijn deze niet opgenomen) kan leiden tot een 'onderverzorging' in Veldhoven Oost.

Variant 1:



Variant 2:



**Variant 3:
(voorkeursvariant 1)**



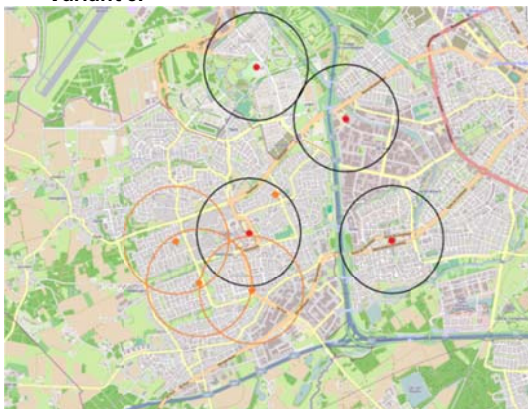
Variant 4:



Variant 5:



Variant 6:



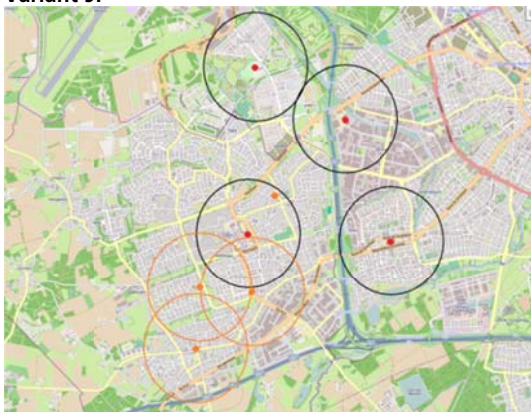
Variant 7: (voorkeursvariant 2):



Variant 8:



Variant 9:



BIJLAGE 3: BEREKENING MARKTRUIMTE PERIFERE BRANCHES

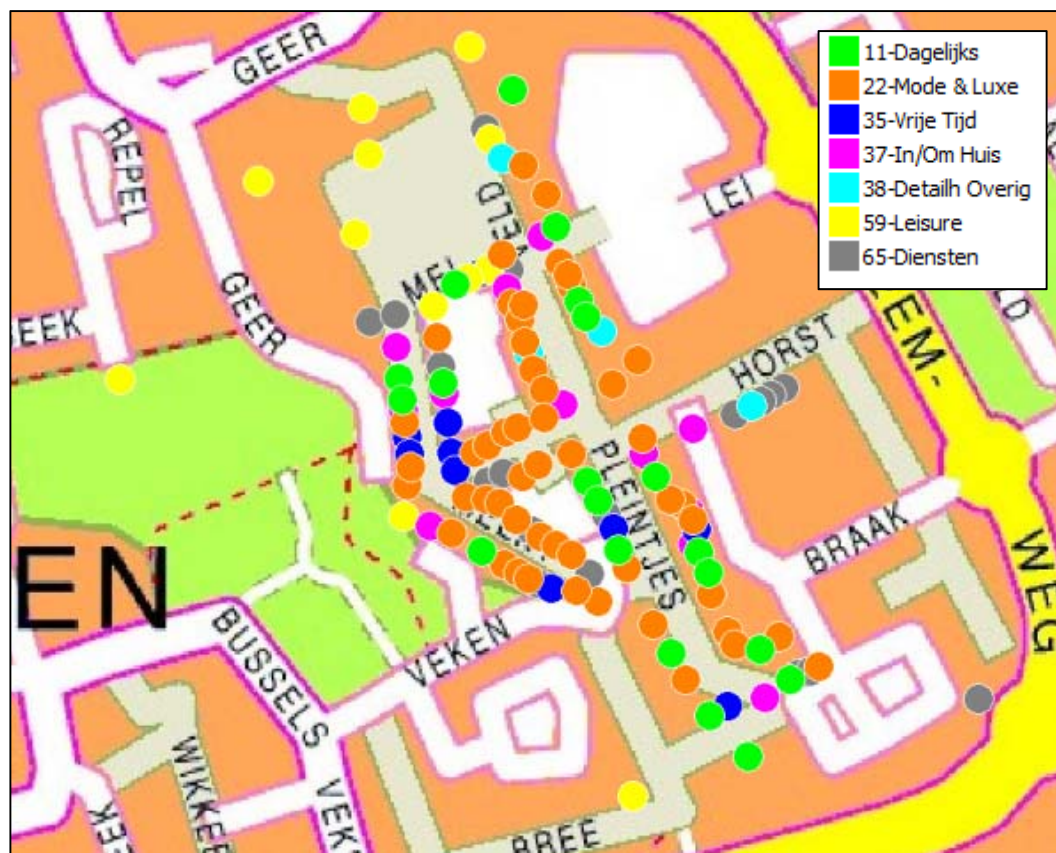
Economisch functioneren	PDV-branches (wonen, doe-het-zelf en tuincentra)
Inwoners	44070
Bestedingen per hoofd	650
Bestedingen gecorrigeerd	666,9
Bestedingspotentieel	29390283
Binding	70,0%
Toevloeiing	41,6%
Omzet (x 1 euro)	35228079
Aanbod (in m2)	38925
Ec functioneren (x 1 euro)	905
Landelijk	1025

Marktruimte berekening Veldhoven in 2020.

Inwoners	44600
Bestedingen per hoofd	650
Bestedingen gecorrigeerd	666,9
Bestedingspotentieel	29743740
Binding	70,0%
Toevloeiing	41,6%
Omzet (x 1 euro)	35651743
Vloerproductiviteit	965
Gewenst metrage	36944
Aanwezig metrage in 2012	38925
Marktruimte	-1981

BIJLAGE 4: DE WINKELCENTRA IN VELDHOVEN'

Het City Centrum



Detailhandelsaanbod

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Levensmiddelen	14	4.290	306	13	4.244	326
Persoonlijke verzorging	7	1.358	194	7	1.408	201
Dagelijkse artikelen	21	5.648	269	20	5.652	283
Warenhuis	1	1.203	1.203	1	1.037	1.037
Kleding en mode	32	5.074	159	33	5.126	155
Schoenen en lederwaren	8	1.040	130	7	1.092	156
Juwelier en optiek	7	500	71	8	554	69
Huishoudelijke en luxe artikelen	3	514	171	3	465	155
Antiek en kunst	0	0	0	0	0	0
Sport en spel	2	454	227	2	454	227
Hobby	2	217	109	1	87	87
Media	8	996	125	6	725	121
Dier en plant	3	364	121	3	356	119
Bruin- en witgoed	9	687	76	7	413	59
Fietsen en autoaccessoires	2	443	222	1	211	211

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Doe-het-zelf	0	0	0	0	0	0
Wonen	0	0	0	1	55	0
Detailhandel overig	3	154	51	4	241	60
Niet-dagelijkse artikelen	80	11.646	146	77	10.816	140
Totaal detailhandel	101	17.294	171	97	16.468	170

Trekkers: Albert Heijn (1.755 m² wvo), Jumbo (1.720 m² wvo), Hema, C&A, Jos Hoes

Aanbod leisure

	Aantal 2008	Aantal 2013
Fastfood	1	1
Bezorg/halen	0	1
Lunchroom	3	2
Restaurant	2	2
Bibliotheek	1	1
Bioscoop	1	1
Galerie	0	2
Theater	1	1
Zwembad	0	1
Totaal leisure	9	11

Aanbod diensten

	Aantal 2008	Aantal 2013
Videotheek	1	0
Schoenreparatie / Sleutels	2	2
Kapper	4	5
Schoonheidssalon	0	1
Financieel intermediair	1	1
Verzekering	1	1
Banken	3	2
Postkantoor	1	0
Stomerij/wassalon	1	2
Reisbureau	3	3
Uitzendbureau	2	2
Overige diensten	1	1
Totaal diensten	20	20

Leegstand

	Aantal	m² wvo
2008	5	333
2013	9	1.071

Mate van filialisering

	Aantal	m² wvo
2008	72	14.422
2013	71	14.111

Schaalgrootte winkelaanbod

	2008		2013	
	Aantal	m² wvo	Aantal	m² wvo
<100	53	3.469	52	3.427
100-200	26	3.651	26	3.644
200-500	18	4.726	15	4.110
500-1000	1	770	1	775
>1000	3	4.678	3	4.512

City Centrum

Sterkte	Zwakte
- Zowel recreatieve winkelfunctie als boodschappenfunctie - Compleet aanbod op het gebied van dagelijkse artikelen - Goede autobereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheden - Relatief weinig leegstand - Bovengemiddelde vloerproductiviteit dagelijks - Hoge mate van clustering, weinig onderbrekingen in het winkelfront - Aanwezigheid centrummanagement - Ca. 81% van de inwoners van Veldhoven bezoeken het CityCentrum minimaal één keer per week.	- Gebrek aan identiteit en onderscheidend vermogen, zowel door inrichting openbare ruimte als het lage aandeel zelfstandige ondernemers - Zeer beperkt horeca-aanbod - Matige sfeer en beleving, waardoor verblijfsduur relatief kort is - Weinig trekkers naast de supermarkten - Gebrek aan wisselwerking tussen de functies, functies versterken elkaar nauwelijks - Introvert karakter CityCentrum, benadelen vindbaarheid en zichtbaarheid - Gemiddelde omvang winkels kleiner dan referentie, schaalvergroting is achtergebleven - Onsamenhangende structuur - Onzichtbare entrees - Vooraf betalen met parkeren (in parkeergarage achteraf) - Matige aansluiting op de omgeving - Gebrek aan verblijfskwaliteit met name door inrichting openbare ruimte - Afname aantal winkelmeters in CityCentrum - Vloerproductiviteit niet-dagelijks onder het landelijk gemiddelde - Toenemende leegstand in CityCentrum - Gebrek aan vernieuwing; weinig ontwikkelingen de afgelopen jaren.
Kansen	Bedreigingen
- Toename bevolking - Gezamenlijke inspanning betrokkenen - COPr - Inspelen op toenemende verkoop via internet (multi-channeling, Het Nieuwe Winkelen)	- Ontwikkelingen in de regio (Saturn, Hornbach, Eindhoven Centrum) - Winkelcentrum Meerhoven en supermarktcentrum Mira - Toenemende verkoop via internet - Afnemende interesse van grotere retailers voor Veldhoven door het afhaken van Corio - Afname bestedingen in de niet-dagelijkse sector en mede daardoor dalende vloerproductiviteiten. - Consument is minder trouw aan het eigen winkelaanbod en steeds verder bereid te reizen om te winkelen.

Map of the center of Nijmegen showing the distribution of different types of trips. The map is color-coded by trip type: 11-Dagelijks (green), 22-Mode & Luxe (orange), 35-Vrije Tijd (blue), 37-In/Om Huis (pink), 38-Detailh Overig (cyan), 59-Leisure (yellow), and 65-Diensten (grey). Major roads like DE PLANK, DE DAM, DE ACHTERSTRAAT, and DE BRUG are labeled. A legend in the bottom left corner explains the color coding.

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Levensmiddelen	8	1.496	187	10	1.550	155
Persoonlijke verzorging	3	373	124	2	273	137
Dagelijkse artikelen	11	1.869	170	12	1.823	152
Warenhuis	0	0	0	0	0	0
Kleding en mode	17	2.118	125	19	2.494	131
Schoenen en lederwaren	4	476	119	4	468	117
Juwelier en optiek	2	126	63	2	119	60
Huishoudelijke en luxe artikelen	2	614	307	2	404	202
Antiek en kunst	0	0	0	0	0	0
Sport en spel	3	908	303	3	933	311
Hobby	0	0	0	0	0	0
Media	1	124	124	1	124	124
Dier en plant	2	280	140	2	185	93
Bruin- en witgoed	3	567	189	3	427	142
Fietsen en autoaccessoires	1	119	119	0	0	0

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Doe-het-zelf	1	346	346	1	346	346
Wonen	3	605	202	4	691	173
Detailhandel overig	1	60	60	0	0	0
Niet-dagelijkse artikelen	40	6.343	159	41	6.191	151
Totaal detailhandel	51	8.212	161	53	8.014	151

Trekkers: Albert Heijn (965 m² wvo), EkoPlaza (180 m² wvo), Intersport

Aanbod leisure

	Aantal 2008	Aantal 2013
Cafe	4	3
Fastfood	2	2
Bezorg/halen	1	1
Grillroom/Shoarma	1	2
Lunchroom	1	2
Café-restaurant	1	2
Restaurant	7	8
Galerie	0	1
Fitness	0	1
Totaal leisure	17	22

Aanbod diensten

	Aantal 2008	Aantal 2013
Kapper	3	5
Lijstenmaker	1	0
Schoonheidssalon	0	2
Fotograaf	0	1
Financieel intermediair	2	1
Banken	1	0
Fotostudio	1	0
Makelaardij	1	1
Totaal diensten	6	10

Leegstand

	Aantal	m² wvo
2008	4	580
2013	8	1.508

Mate van filialisering

	Aantal	m² wvo
2008	16	4.283
2013	18	4.528

Schaalgrootte winkelaanbod

	2008		2013	
	Aantal	m² wvo	Aantal	m² wvo
<100	25	1.650	31	1.916
100-200	11	1.499	8	1.175
200-500	14	4.098	13	3.958
500-1000	1	965	1	965
>1000	0	0	0	0

Kromstraat

Sterkte	Zwakte
- Trekkers Albert Heijn en EkoPlaza - Diversiteit en kwaliteit van het winkelaanbod - Winkelgebied met identiteit, (historische) uitstraling en sfeer - Combinatie voetgangersdeel (recreatief) en parkeren voor de deur (doelgericht) - Aanwezigheid centrummanagement - Ruim een derde van de inwoners van Veldhoven bezoeken de Kromstraat minimaal één keer per week. - Functiemenging van winkels, horeca en dienstverlening - Bereikbaarheid - Combinatie van basisvoorzieningenpakket (filiaalbedrijven) en bovenlokale aantrekkingskracht (zelfstandige speciaalzaken) - Verzorgingsfunctie omliggende kernen - Gratis parkeren	- Toenemende leegstand - Enigszins versnipperd aanbod - Gebrek aan uniformiteit in openingstijden - Geen fietsparkeervoorzieningen - Relatief beperkte parkeergelegenheid
Kansen	Bedreigingen
- Gezamenlijke marketing en promotie, nog sterker inzetten op het onderscheidend vermogen van de Kromstraat. - Streven naar concentratie publieksgerichte voorzieningen - Vergroten gemak lokale bezoeker door creëren van fietsparkeervoorzieningen - Toevoegen extra trekkers - Toename draagvlak door nieuwbouw 'de Drie Dorpen' (ca. 1.500 woningen) vanaf 2018	- Bijna een kwart van de ondernemers in de Kromstraat is ouder dan 55 jaar. Bedreiging is het gebrek aan opvolging, met leegstand als gevolg. - Beperkte ruimte om schaalvergroting te faciliteren. - Supermarktcentrum Mira

Burg. Van Hoofflaan



Detailhandelsaanbod

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Levensmiddelen	3	1.395	465	6	1.815	303
Persoonlijke verzorging	2	108	54	1	80	80
Dagelijkse artikelen	5	1.503	301	7	1.895	271
Warenhuis	0	0	0	0	0	0
Kleding en mode	3	835	278	3	837	279
Schoenen en lederwaren	0	0	0	0	0	0
Juwelier en optiek	0	0	0	0	0	0
Huishoudelijke en luxe artikelen	1	70	70	1	65	65
Antiek en kunst	0	0	0	0	0	0
Sport en spel	0	0	0	0	0	0
Hobby	1	35	35	0	0	0
Media	0	0	0	0	0	0
Dier en plant	0	0	0	0	0	0
Bruin- en witgoed	1	80	80	1	174	174
Fietsen en autoaccessoires	0	0	0	0	0	0

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Doe-het-zelf	1	112	112	1	112	112
Wonen	2	271	136	2	271	136
Detailhandel overig	0	0	0	0	0	0
Niet-dagelijkse artikelen	9	1.403	156	8	1.459	182
Totaal detailhandel	14	2.906	208	15	3.354	224

Trekkers: Lidl (1.030 m² wvo), Emte (665 m² wvo), Vogele

Aanbod leisure

	Aantal 2008	Aantal 2013
Café	1	0
Fastfood	2	2
Bezorg/halen	1	1
Grillroom/Shoarma	1	2
IJssalon	1	1
Cafe-Restaurant	0	1
Restaurant	3	2
Biljart/pool	1	0
Overige amusement	0	1
Totaal leisure	10	10

Aanbod diensten

	Aantal 2008	Aantal 2013
Videotheek	1	0
Kapper	2	3
Tattoo/piercing	1	1
Schoonheidssalon	1	1
Kledingreparatie	1	1
Radio/tv reparatie	1	1
Financieel intermediair	1	1
Reisbureau	1	0
Uitzendbureau	3	4
Totaal diensten	12	12

Leegstand

	Aantal	m² wvo
2008	1	45
2013	2	565

Mate van filialisering

	Aantal	m² wvo
2008	2	780
2013	5	2.490

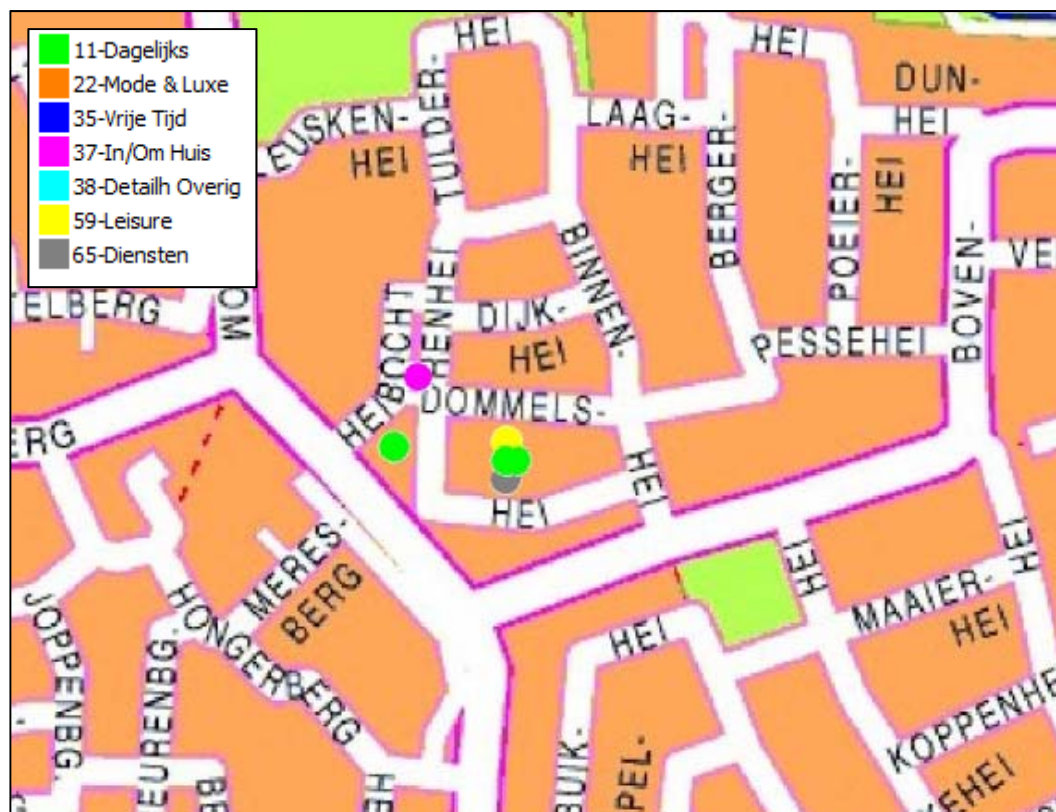
Schaalgrootte winkelaanbod

	2008		2013	
	Aantal	m² wvo	Aantal	m² wvo
<100	9	483	9	427
100-200	1	112	2	286
200-500	1	236	1	236
500-1000	3	2.075	2	1.375
>1000	0	0	1	1.030

Burgemeester van Hoofflaan

Sterkte	Zwakte
- Aanwezigheid trekkers dagelijkse sector Lidl en EMTE - Zuidelijk deel hoge mate van clustering publieksgerichte functies - Belangrijke buurtverzorgende functie - Sterke functiemenging van winkels, horeca en dienstverlening - Bereikbaarheid en gratis parkeren	- Onduidelijke ruimtelijke structuur: sterke concentratie zuidzijde rondom Lidl, vervolgens langgerekte versnippering richting CityCentrum met veel onderbrekingen in winkelfront - Geen fietsparkeervoorzieningen
Kansen	Bedreigingen
- Versterken aanrijfunctie naar het City Centrum, door ontwikkeling MMC en ASML - Mogelijkheden om afhaalpunten en webwinkels in te passen - Versterken organisatiegraad	- Nabijheid van City Centrum met eveneens twee sterke supermarkten, aangevuld met versspeciaalzaken en winkels in persoonlijke verzorging.

Heikant



Detailhandelsaanbod

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Levensmiddelen	2	1.106	553	2	1.240	620
Persoonlijke verzorging	1	60	60	1	55	55
Dagelijkse artikelen	3	1.166	389	3	1.295	432
Warenhuis	0	0	0	0	0	0
Kleding en mode	0	0	0	0	0	0
Schoenen en lederwaren	0	0	0	0	0	0
Juwelier en optiek	0	0	0	0	0	0
Huishoudelijke en luxe artikelen	0	0	0	0	0	0
Antiek en kunst	0	0	0	0	0	0
Sport en spel	0	0	0	0	0	0
Hobby	0	0	0	0	0	0
Media	0	0	0	0	0	0
Dier en plant	0	0	0	1	30	30
Bruin- en witgoed	0	0	0	0	0	0
Fietsen en autoaccessoires	0	0	0	0	0	0
Doe-het-zelf	0	0	0	0	0	0

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Wonen	0	0	0	0	0	0
Detailhandel overig	0	0	0	0	0	0
Niet-dagelijkse artikelen	0	0	0	1	30	30
Totaal detailhandel	3	1.166	389	4	1.325	331

Trekkers: Plus (1.223 m² wvo)

Aanbod leisure

	Aantal 2008	Aantal 2013
Fastfood	1	1
Totaal leisure	1	1

Aanbod diensten

	Aantal 2008	Aantal 2013
Kapper	1	1
Totaal diensten	1	1

Leegstand

	Aantal	m² wvo
2008	0	0
2013	0	0

Mate van filialisering

	Aantal	m² wvo
2008	3	1.166
2013	3	1.295

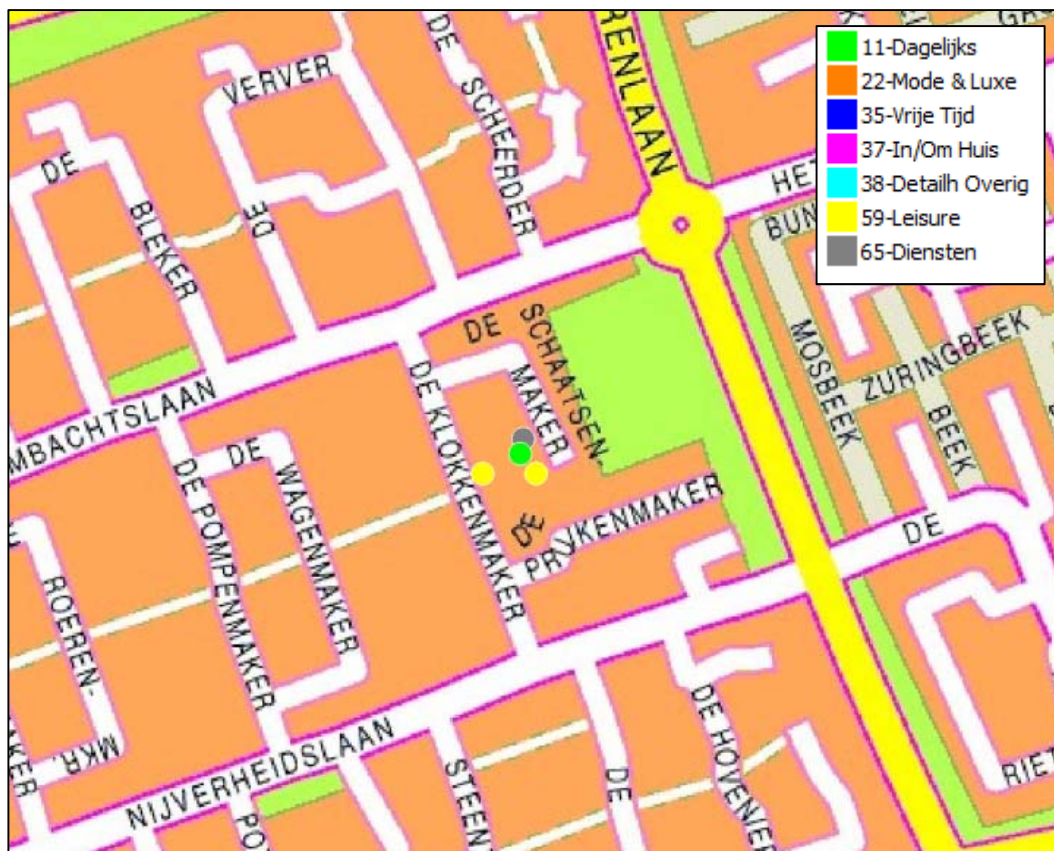
Schaalgrootte winkelaanbod

	2008		2013	
	Aantal	m² wvo	Aantal	m² wvo
<100	2	77	3	102
100-200	0	0	0	0
200-500	0	0	0	0
500-1000	0	0	0	0
>1000	1	1.089	1	1.223

Heikant

Sterkte	Zwakte
- Groot draagvlak; in het noorden van Veldhoven is geen concurrerend winkelcentrum gelegen. - Supermarkt Plus is onlangs gemoderniseerd.	- Weinig aanvullende winkels in de dagelijkse sector. - Het supermarktcentrum kent een naar binnen gekeerde structuur. - Voldoende parkeergelegenheid, echter onduidelijk/versnipperd gesitueerd.
Kansen	Bedreigingen
- Toename draagvlak door nieuwbouw Oerle-Zuid (ca. 300 woningen) vanaf 2013.	- Compleet winkelaanbod op korte afstand; Meerhoven en City Centrum. - Toenemende eisen en wensen van de consument: gemak, compleet aanbod onder een dak

't Look



Detailhandelsaanbod

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Levensmiddelen	1	974	974	1	977	977
Persoonlijke verzorging	0	0	0	0	0	0
Dagelijkse artikelen	1	974	974	1	977	977
Warenhuis	0	0	0	0	0	0
Kleding en mode	0	0	0	0	0	0
Schoenen en lederwaren	0	0	0	0	0	0
Juwelier en optiek	0	0	0	0	0	0
Huishoudelijke en luxe artikelen	0	0	0	0	0	0
Antiek en kunst	0	0	0	0	0	0
Sport en spel	0	0	0	0	0	0
Hobby	0	0	0	0	0	0
Media	0	0	0	0	0	0
Dier en plant	0	0	0	0	0	0
Bruin- en witgoed	0	0	0	0	0	0
Fietsen en autoaccessoires	0	0	0	0	0	0

Doe-het-zelf	0	0	0	0	0	0
Wonen	0	0	0	0	0	0
Detailhandel overig	0	0	0	0	0	0
Niet-dagelijkse artikelen	0	0	0	0	0	0
Totaal detailhandel	1	974	974	1	977	977

Trekkers: Albert Heijn (977 m² wvo)

Aanbod leisure

	Aantal 2008	Aantal 2013
Fastfood	1	1
Restaurant	1	1
Totaal leisure	2	2

Aanbod diensten

	Aantal 2008	Aantal 2013
Kapper	1	1
Totaal diensten	1	1

Leegstand

	Aantal	m² wvo
2008	0	0
2013	0	0

Mate van filialisering

	Aantal	m² wvo
2008	1	974
2013	1	977

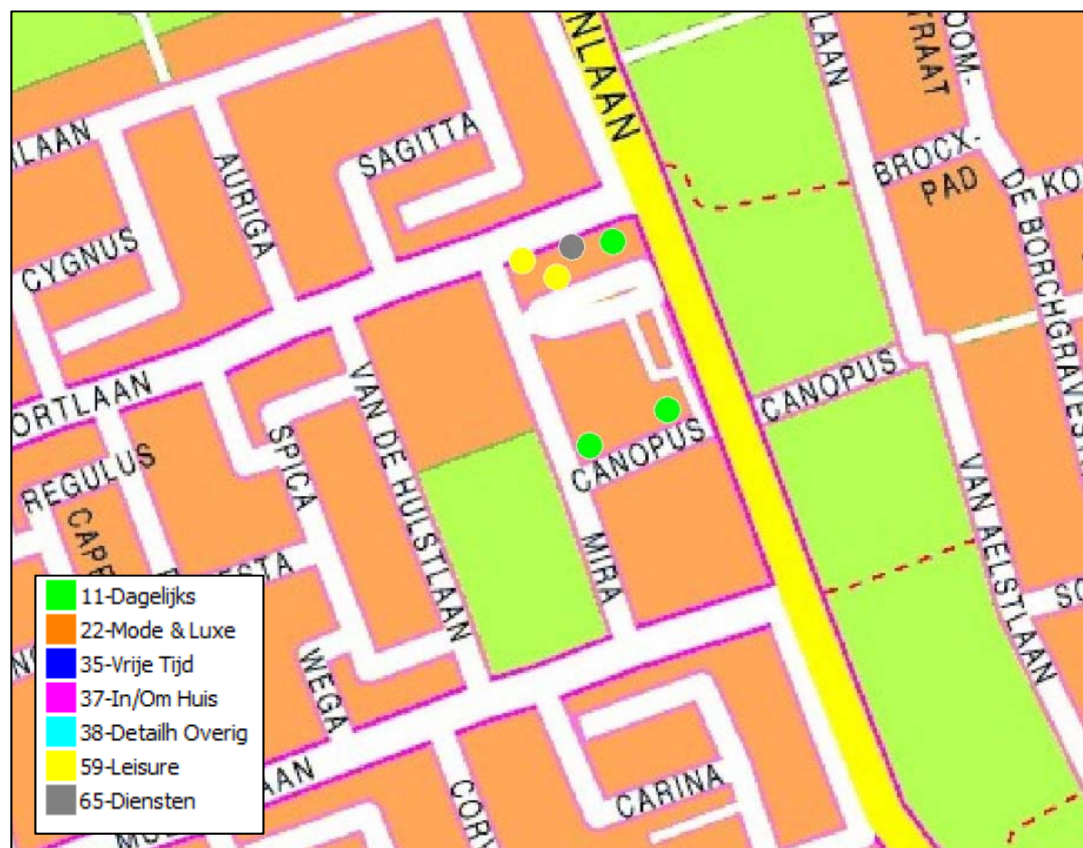
Schaalgrootte winkelaanbod

	2008		2013	
	Aantal	m² wvo	Aantal	m² wvo
<100				
100-200				
200-500				
500-1000	1	974	1	977
>1000				

't Look

Sterkte	Zwakte
- Aanwezigheid horeca en dienstverlening	- Geen aanvullende winkels. - Parkeerdruk tijdens piekmomenten
Kansen	Bedreigingen
- Toename draagvlak door nieuwbouw Oerle-Zuid (ca. 300 woningen) vanaf 2013 en 'de Drie Dorpen' (ca. 1.500 woningen) vanaf 2018	- Compleet winkelaanbod op korte afstand; City Centrum. - Mira met de combinatie van een fullservice supermarkt (eveneens een Albert Heijn) en een discounter. - Toenemende eisen en wensen van de consument: gemak, compleet aanbod onder een dak

Mira



Detailhandelsaanbod

	2008			2013		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
Levensmiddelen	6	1.255	209	3	1.623	541
Persoonlijke verzorging	2	242	121	1	55	55
Dagelijkse artikelen	8	1.497	187	4	1.678	420
Warenhuis	0	0	0	0	0	0
Kleding en mode	0	0	0	0	0	0
Schoenen en lederwaren	0	0	0	0	0	0
Juwelier en optiek	0	0	0	0	0	0
Huishoudelijke en luxe artikelen	0	0	0	0	0	0
Antiek en kunst	0	0	0	0	0	0
Sport en spel	0	0	0	0	0	0
Hobby	1	70	70	0	0	0
Media	0	0	0	0	0	0
Dier en plant	0	0	0	0	0	0
Bruin- en witgoed	0	0	0	0	0	0
Fietsen en autoaccessoires	0	0	0	0	0	0

Doe-het-zelf	0	0	0	0	0	0
Wonen	0	0	0	0	0	0
Detailhandel overig	0	0	0	0	0	0
Niet-dagelijkse artikelen	1	70	70	0	0	0
Totaal detailhandel	9	1.567	174	4	1.678	420

Trekkers: Aldi (720 m² wvo)

Aanbod leisure

	Aantal 2008	Aantal 2013
Grillroom/shoarma	1	0
Restaurant	1	1
Biljart/pool	1	1
Bowling	1	1
Totaal leisure	4	3

Aanbod diensten

	Aantal 2008	Aantal 2013
Kapper	2	1
Totaal diensten	2	

Leegstand

	Aantal	m² wvo
2008	2	116
2013	1	1.200

Mate van filialisering

	Aantal	m² wvo
2008	3	1.214
2013	2	775

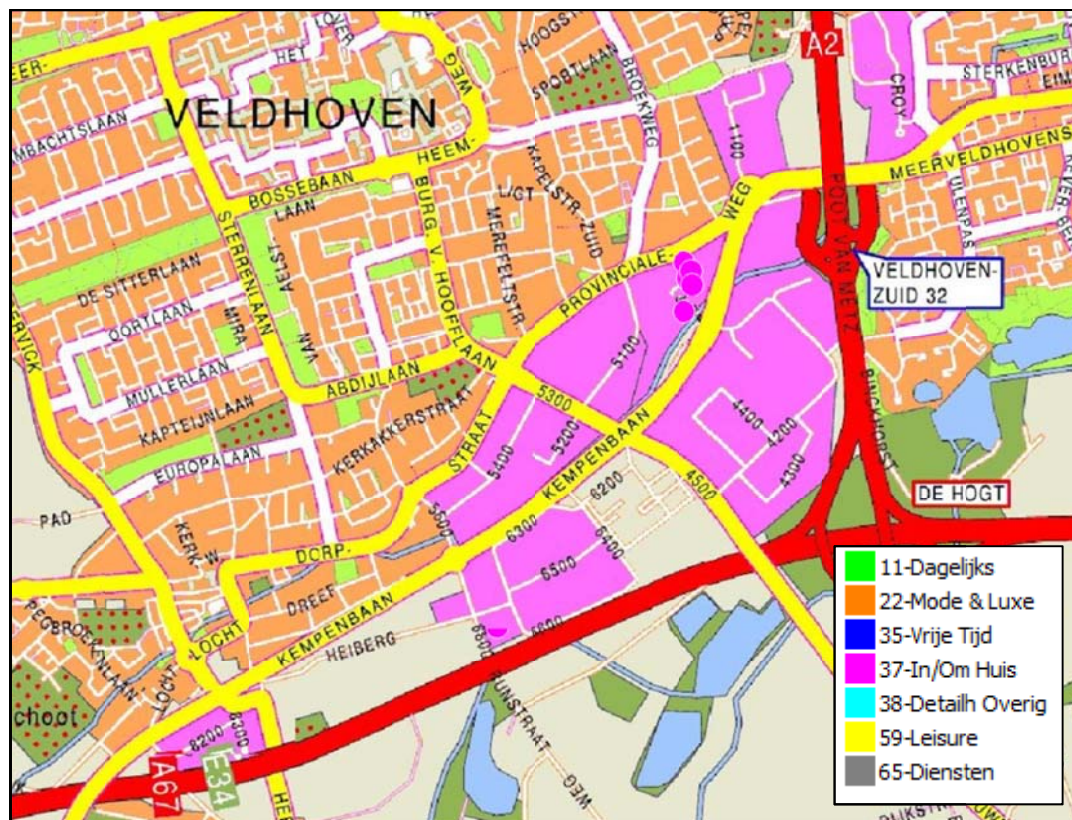
Schaalgrootte winkelaanbod

	2008		2013	
	Aantal	m² wvo	Aantal	m² wvo
<100	6	353	1	55
100-200	1	182	1	123
200-500	0	0	0	0
500-1000	2	1.032	1	720
>1000	0	0	0	0

Mira

Sterkte	Zwakte
- Aanwezigheid fullservice-supermarkt en discount supermarkt - Moderne uitstraling supermarkten - Voldoende parkeergelegenheid	- Kleine schaal van met name de full service supermarkt, deze voldoet niet aan moderne maatstaven. - Weinig aanvullende winkels in de dagelijkse sector. - Slechte zichtbaarheid, winkelpuien naar binnen gekeerd. - Geen aansluiting met 'voormalige/bestaande' concentratie bestaande uit o.a. bowling, apotheek, kapsalon en restaurant - Beperkt verzorgingsgebied, door de aanwezigheid van Kromstraat, 't Look en het CityCentrum op korte afstand. - Onduidelijke positionering in de detailhandelsstructuur van Veldhoven. Uitbreidingsmogelijkheden zijn beperkt in verband met ongewenste concurrentie met het CityCentrum en de Kromstraat.
Kansen	Bedreigingen
- Toename draagvlak door nieuwbouw 'de Drie Dorpen' (ca. 1.500 woningen) vanaf 2018	- Toenemende eisen en wensen van de consument: gemak, compleet aanbod onder een dak

Run 3000



Detailhandelsaanbod

	2008			2013		
Doe-het-zelf	Bouwmarkt Groenen (6.359 m² wvo)			Bouwmarkt Groenen (6.090 m² wvo)		
Wonen	XL Woonoutlet (3.600 m² wvo)			Babypark (3.900 m² wvo)		
	Groenen Wonen (4.300 m² wvo)			Leen Bakker (2.296 m² wvo)		
	Kwantum (2.000 m² wvo)			Kwantum (2.400 m² wvo)		
	Sfeer vol wonen (75 m² wvo)			Sfeervol wonen (136 m² wvo)		
	Aantal	m² wvo	schaal	Aantal	m² wvo	schaal
	5	16.334	3.267	5	14.822	2.964

Run 3000

Sterkte	Zwakte
- Het cluster is zichtbaar vanaf de drukke verkeersader Kempenbaan. - De grootschalige winkels zijn overzichtelijk geconcentreerd rondom een parkeerterrein. - Lokale verzorgingsfunctie	- Relatief kleinschalig cluster; slechts vijf winkels. - Kempenbaan is (zeker in de spits) een drukke verkeersader, waardoor de bereikbaarheid van het cluster wat afneemt.
Kansen	Bedreigingen
- Toename draagvlak door nieuwbouw Oerle-Zuid (ca. 300 woningen) vanaf 2013 en 'de Drie Dorpen' (ca. 1.500 woningen) vanaf 2018	- Aanwezigheid Ekkersrijt op korte afstand - Komst Hornbach (bouwmarkt/tuincentrum) in Best

