



concept 22 maart 2013

Centrum Ontwikkeling Programma



Centrum Ontwikkeling Programma

Inwoners, ondernemers, consumenten, vastgoedeigenaren en andere geïnteresseerden van CityCentrum Veldhoven

In opdracht van de gemeente Veldhoven

begeleid door:

Droogh Trommelen en partners

Ben van Hees

Impaction

Companen

Urhahn Urban Design

concept 22 maart 2013

Voorwoord

PM Nicole Ramakers

Inhoud

- 1 Opgave CityCentrum
- 2 Toekomstperspectief
- 3 Actieprogramma



2005 Flying Camera

Inleiding

De gemeente Veldhoven heeft, samen met een groot aantal partijen, in de afgelopen jaren gewerkt aan plannen voor het centrum. Kern van deze plannen was een substantiële uitbreiding van het centrum met als doel het centrum van Veldhoven levendig en levensvatbaar te houden.

Eind 2012 heeft Corio (eigenaar van de Citypassage en verantwoordelijk voor een belangrijk deel van de uitbreidingsplannen) besloten om niet verder te gaan met deze uitbreidingsplannen. Niet alleen de economische (en daarmee samenhangende vastgoed-) crisis zijn hier debet aan: ook ontwikkelingen in de detailhandel en de afnemende groei van de bevolking vormen redenen voor het stilzetten van deze plannen.

De gemeente Veldhoven heeft, mede op basis van reacties van vele partijen, nog steeds de ambitie het CityCentrum te laten functioneren als een levendig centrum voor heel Veldhoven. Zij concludeert echter ook dat grootschalige uitbreidings- of transformatieopgaven niet meer de juiste strategie vormen. De uitdaging ligt er in om initiatieven op het gebied van de sociaal-economische en sociaal-maatschappelijke opgaven te stimuleren en mogelijk te maken, een appel te doen op ondernemerschap (zowel bij partijen in het economische veld, maar zeker ook in het maatschappelijke veld).

De gemeente Veldhoven heeft dan ook het initiatief genomen voor het opstellen van een CentrumOntwikkelingsProgramma. Daarbij is nadrukkelijk gekozen om dit COPr tot stand te brengen door vele partijen (zowel share- als stakeholders¹) uit te nodigen om bij te dragen aan dit COPr. In een aantal avonden hebben vele inwoners, ondernemers, instellingen en verenigingen met elkaar gesproken over een toekomstperspectief voor het CityCentrum van Veldhoven.

Dit document vormt de neerslag van al deze inspanningen. Op basis van de inbreng tijdens de plenaire en thema-avonden heeft een team van experts een toekomstperspectief geschreven dat nu wordt voorgelegd aan alle betrokkenen. Een belangrijk onderdeel van het COPr is de "maatregelen-bundel": een overzicht van allerlei maatregelen, acties, projecten, geordend naar een aantal hoofdthema's die bijdragen aan het verwekelijken van het toekomstperspectief. Deze maatregelen zijn "van alle partijen": alle partijen worden uitgenodigd om, rekening houdend met hun belang, hun rol en hun "vermogen" bij te dragen aan deze acties.

Het proces van de afgelopen maanden heeft laten zien dat Veldhoven over grote krachten beschikt: de gezamenlijke inspanning van deze krachten vormt een solide basis voor een toekomstbestendig centrum voor en door alle Veldhovenaren!

¹ Onder shareholders worden partijen verstaan die direct economisch belang hebben bij een ontwikkeling en die kunnen investeren. Dit zijn bijvoorbeeld de eigenaren, de ondernemers, of corporaties. Onder stakeholders worden de overige belanghebbenden zoals bewoners, bezoekers verstaan.

1. Opgave CityCentrum

Een levend op de toekomstgericht CityCentrum moet meer zijn dan een willekeurige plaats waar je boodschappen kunt doen. Meer dan een anonieme bestemming. Het moet een levend en bruisend hart zijn voor alle Veldhovenaren, een centrum met een eigen identiteit en met een eigenheid die past bij het imago van Veldhoven. Passend bij de bevolkingsmix van oude en nieuwe bewoners, jong en oud. Het moet voldoen aan het verwachtingspatroon van de diversiteit aan bezoekers. Het moet bieden wat de bezoekers vragen, zelfs meer dan dat. Maar het moet ze ook verrassen.

Om in de toekomst deze bezoekers te trekken en blijvend te binden is geen eenvoudige opgave. Daarvoor moet ingespeeld worden op toekomstige ontwikkelingen. Dat kan door het koppelen van maatschappelijke, culturele en sociale functies aan het winkelcentrum waardoor het aanbod aantrekkelijker wordt. Door het aantrekken van nieuwe winkels. Door het aanpassen van de openbare ruimte. Door het organiseren van passende activiteiten, het bieden van vermaak. Maar dat zal nog meer bereikt worden door het creëren van sfeer en beleving. Door het CityCentrum een hart te geven. Dat kan door de bewoners meer bij het centrum te betrekken. Door bedrijven, instellingen en scholen deelgenoot en partner van het



centrum te maken. Dan wordt een bezoek aan het CityCentrum een bezoek aan het sfeervol kloppend hart van Veldhoven.

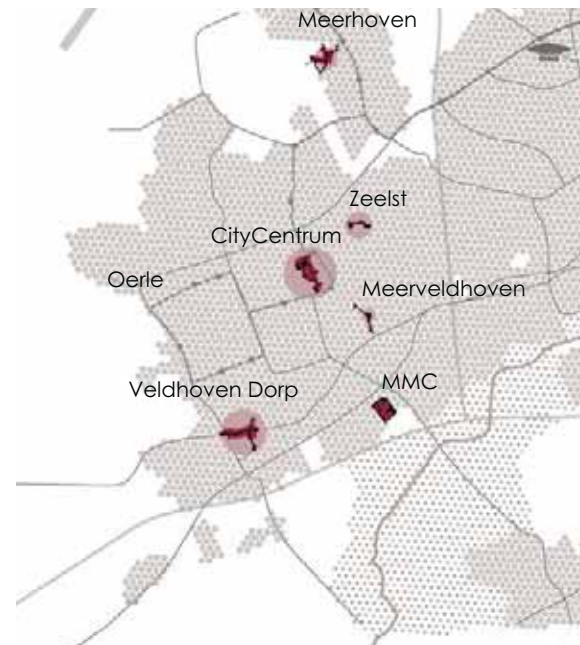
Een hart voor heel Veldhoven

Veldhoven heeft een bijzondere positie in de regio: vlakbij Eindhoven met een uitgebreid voorzieningenpakket, maar ook vlakbij bij de Kempen en omringt door dorpen. Enerzijds onderdeel van Brainport, anderzijds nog steeds een Brabants dorp. Goed bereikbaar, alles is er. Het beste van 2 twee werelden. De opgave voor het City Centrum is om die twee werelden met elkaar te verbinden en beide sferen een plek te geven in het cityCityc centrum, passend bij de vragen en ambities van de tijd.

In Veldhoven zelf is die dualiteit ook voelbaar: de oude dorpskernen vertegenwoordigen het Brabantse dorpsgevoel, met de klassieke dorpsstraat in Veldhoven-dorp en prettige horeca. Het City Centrum is modern, in de jaren 70 met een centrum nieuwe stijl, in de jaren 90 met de Citypassage, stadhuis en theater. Er wordt nu opnieuw gezocht naar wat het CityCentrum nu en in de toekomst moet zijn. Uitgangspunt is dat het CityCentrum het hoofdwinkelcentrum van Veldhoven is en blijft, in synergie met de andere centra. Dat betekent een logische plek in de regio en een hart voor heel Veldhoven. Met de andere winkelconcentraties zoals Veldhoven-

dorp moet niet de concurrentie worden gezocht, maar juist de elementen waarop ze elkaar kunnen aanvullen. Samen slim positioneren.

De opgave voor het centrum is veelzijdig: het gaat om de programmering, zowel van het winkelen als van wonen en andere functies, het oplossen van ruimtelijke knelpunten en het verbeteren van de uitstraling en identiteit. In dit deel wordt duidelijk gemaakt waar de komende tijd aan gewerkt moet worden.



Eindhoven: regionale trekker



Veldhoven: lokale trekker



Kromstraat: lokale identiteit

Wat zijn de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de detailhandel, zowel aan de aanbodzijde als aan de vraagzijde?

Trends en ontwikkelingen in de detailhandel

Voor een toekomstgerichte visie op het haalbare aanbod in het CityCentrum is inzicht in ontwikkelingen in de detailhandel en het consumentengedrag van belang. We gaan kort in op enkele relevante trends.

Van groei- naar verdringingsmarkt: De winkelmarkt is de afgelopen jaren veranderd van een groei- in een verdringingsmarkt. Terwijl het winkeloppervlak het laatste decennium gestaag is gegroeid, staan de bestedingen de laatste jaren behoorlijk onder druk. Dit is niet alleen te verklaren door de economische recessie. Een aantal trends versterkt elkaar.

Omzet per m² wvo neemt af: Het winkelvloeroppervlak (wvo) in Nederland is de laatste 10 jaar met 25% gegroeid. Een grote groei aan winkelprojecten ging gepaard met een schaalvergroting van de gemiddelde winkel (van ± 215 m² naar ± 265 m² wvo). De grote groei van vastgoed lijkt voorbij, wel gaat de schaalvergroting naar verwachting door. De omzet bleef achter bij de groei van het winkeloppervlak. De bevolking in Nederland groeide de afgelopen 10 jaar 'slechts' 3% (en nam in sommige regio's zelfs af). Vergrijzing leidt geleidelijk tot dalende winkelbestedingen per hoofd (ouderen kopen minder in winkels). Daarnaast gaan bestedingen in toenemende mate via internet (10% van de bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen via internet).

Toenemende filialisering: De omzet per m² wvo is de afgelopen 10 jaar met ± 10% afgenomen. Veel (vooral kleinere) spelers staan door de lagere omzetten per m² onder druk. Gemiddeld zijn filiaalbedrijven (schaalvoordelen) beter in staat hierop in te spelen. Het aandeel filialen nam in 10 jaar toe van 28% naar 35%. Dit proces van filialisering gaat naar verwachting

door. De komende tien jaar gaat een groeiend deel van de bevolking met pensioen. Dit geldt ook voor de zelfstandige winkeliers. Circa 40% van hen is ouder dan 50, een zesde zelfs ouder dan 60 jaar. Meer dan voorheen gaan zelfstandigen stoppen. Zij worden minder opgevolgd door starters. Veel winkels sluiten de komende jaren zonder opvolger.

Minder behoefte aan winkels: De gevolgen van de nieuwe winkelmarkt zijn naar verwachting groot. Webwinkelen en demografische ontwikkelingen leiden tot een afnemende behoefte aan fysieke winkels. Winkelformules met een groot oppervlak en/of veel vestigingen verdringen kleinschalige spelers. Veel winkelruimte komt vrij en wordt niet meer ingevuld. Leegstand neemt onvermijdelijk toe.

Kansrijke gebieden: boodschappen en beleving

Op basis van de veranderende winkelmarkt kan echter niet de conclusie worden getrokken dat winkels en winkelgebieden geen toekomst hebben. Allereerst verschillen vraag, aanbod en leegstand sterk per regio. Meer nog zullen de gevolgen van de nieuwe winkelmarkt sterk verschillen per type winkelgebied. Het gedrag van consumenten is hierin voor een belangrijk deel leidend. De consument kiest elke keer weer zijn winkel of winkelgebied, afhankelijk van zijn motief op dat moment. Drie typen gedrag domineren: recreatief winkelen, boodschappen doen en doelgericht aankopen.

Binnensteden en de grotere hoofdwinkelgebieden die zich (kunnen) richten op sfeer en beleving ('recreatief winkelen') blijven naar verwachting kansrijk. Een bezoek hieraan is vaak een dagje uit en wordt gedaan voor het plezier. Ook centra voor de frequente aankopen ('boodschappen doen') blijven naar verwachting nog

kansrijk. Vooral de grotere wijk- en dorpscentra met een ruime keuze hebben kansen.

Kwetsbare gebieden: kleinschalig en perifeer

Kleine winkelgebieden met weinig keuze en centra die zich niet onderscheiden van andere centra zijn kwetsbaar. Veel 'doorsnee' centra zijn de afgelopen decennia sterk gegroeid en met de afnemende winkelbehoefte komen zij (te) 'ruim in hun jas te zitten'. Ook centra die zich specifiek richten op 'prijzen' en 'runshoppen' zijn kwetsbaar. Het onderscheidend vermogen ten opzichte van kopen via internet is gering. Immers, nergens is het zo gemakkelijk en goedkoop om een product te kopen als via internet. Het gaat vaak om (grootschalige) winkelclusters op perifere locaties. De grondprijs en ruimtelijke kwaliteit is relatief laag en geschikt voor doelgerichte aankopen vaak in het lagere segment. Institutionele beleggers en vastgoedfondsen die investeren in winkelvastgoed beoordelen perifere locaties als beleggingsobject als onaantrekkelijk. Ook hierin zien we de trends in de nieuwe winkelmarkt terug.

Afwachtende strategie retailers

Veel winkelformules gaan hun vestigingsstrategie de komende jaren wijzigen. Als gevolg van de recessie, demografische ontwikkelingen en de opkomst van internet concentreren winkelketens in de niet-dagelijkse sector zich vooral op grotere verzorgingsgebieden. Waar ketens voorheen nog een behoorlijke expansiedrift hadden, gaat het nu vooral om kwaliteitsverbetering van bestaande grote vestigingen en het op termijn mogelijk sluiten van kleinere vestigingen. Winkelketens spelen met dit vestigingsbeleid in op de trends in de winkelmarkt door vooral te focussen op minder, maar grotere vestigingen met een groter verzorgingsgebied (opschaling).

Winkelprogramma

De positie van CityCentrum Veldhoven staat onder druk. Door de landelijke trends en ontwikkelingen (zie bijlage) is een heroriëntatie van de functie van het CityCentrum en zijn positie in zijn verzorgingsgebied noodzakelijk. Door de aanhoudende crisis, de kleinere groei van het aantal inwoners, ontwikkelingen in de regio (Decathlon Best, BCC Ekkersrijt, versterking aanbod Eindhoven-Centrum) en de toenemende verkopen via internet is de interesse bij grote retailers voor Veldhoven afgenomen en is het niet meer vanzelfsprekend dat de streekfunctie van Veldhoven kan worden versterkt. Het feit dat Corio zijn uitbreidingsplannen voor de Citypassage heeft teruggetrokken past in dat beeld.

Het CityCentrum heeft in zijn huidige vorm een winkelloppervlak van circa 17.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Het aanbod bestaat uit circa 6.000 m² wvo aan dagelijkse artikelen (supermarkten, verszaken, drogisterijen). De overige 11.000 m² wvo bestaat uit modisch en overig niet-dagelijks aanbod. Daarnaast zijn in het CityCentrum nog circa 30 overige publieksgerichte voorzieningen aanwezig (horeca, ambacht, dienstverlening en cultuur). Vooral het horeca-aanbod in het centrum is zeer beperkt.

In Nederland hebben centrumgebieden in toenemende mate met leegstand te maken. Doordat het CityCentrum sinds 1995 niet meer is uitgebreid is de omvang steeds relatief klein geweest en is de leegstand nu relatief bescheiden. De bedreiging voor het CityCentrum komt nu voort uit de vraag of de consumenten/inwoners van Veldhoven het CityCentrum niet als te klein en/of te kleurloos gaan beschouwen. Vooral als recreatief winkelgebied kan het CityCentrum in afnemende mate concurreren met Eindhoven-Centrum en andere grotere centrumgebieden. Ook wordt de sfeer en beleving als zeer matig beoordeeld waardoor de verblijfsduur ook relatief kort is.

Om een duurzame positie in de toekomst te (blijven) vervullen zal het CityCentrum zich vooral moeten profileren als het centrale (winkel)centrum voor alle inwoners van Veldhoven en de nabijgelegen dorpen in de Kempen, waar alle soorten goederen en diensten verkrijgbaar zijn en waar het prettig is om te vertoeven.

programma's in het winkelcentrum



City Centrum: meer dan winkelen

Naast het winkelprogramma heeft het CityCentrum een theater en filmhuis, het gemeentehuis, bibliotheek, wijkaccommodatie, zwembad, een wijkcentrum en sportzaal en niet te vergeten een grote hoeveelheid woningen. Het is daarmee veel meer dan alleen een winkelcentrum, maar de beleving daarvan is niet optimaal. De functies versterken elkaar nauwelijks. Het CityCentrum is naar binnengekeerd en de functies die rond om de Geer liggen zijn losgekoppeld van de winkelomgeving. De Geer voelt als de achterkant van het winkelcentrum.

Naast het ontbreken van een natuurlijke menging van functies zijn er aanvullende programma's mogelijk en kan de beleving van het winkelcentrum sterk worden verbeterd. Dat kan door middel van evenementen, een betere koppeling met de lokale cultuur (harmonie, het eindexamengala) en wat al niet meer.

Om het CityCentrum als hét centrum van Veldhoven te laten functioneren zijn de niet-winkelfuncties een belangrijke trekker. Goede wisselwerking, zowel ruimtelijk als programmatisch, tussen de verschillende functies is essentieel voor de kwaliteit en uitstraling van het centrum.

Wonen

De woonkwaliteit van Veldhoven bestaat in hoge mate uit eengezinswoningen. Het wonen op en naast het winkelcentrum bestaat uit appartementen in de koop en huur. Wonen in het centrum is geliefd bij veel doelgroepen zoals starters, senioren en alleenstaanden. De samenstelling van de woningvoorraad is eenzijdig: zeer veel sociale huur en veel goedkope / kleine koopappartementen. De woonkwaliteit laat op een aantal plekken te wensen over: zo is de uitstraling van de complexen aan de Braak zwak. De woonomgeving (onder meer rond garageboxen) vraagt aandacht (sociale veiligheid?). Ook de woonstraten op niveau +1 boven de winkels doen gedateerd aan. In dit deel is sprake van particulier bezit en staat relatief veel langdurig te

koop. Positief bijvoorbeeld zijn de woningen van Woonbedrijf die aantal jaren geleden ingrijpend zijn opgeknapt en nu aantrekkelijk zijn.

De opgave voor de woningbouw richt zich in eerste instantie op het verbeteren van het huidige woningaanbod. In theorie is uitbreiding in alle woningsectoren en woningtypen haalbaar / afzetbaar, maar het realiseren van nieuwe woningen is geen doel op zichzelf. Nieuwbouw is alleen gewenst als dit een bijdrage levert aan de leefbaarheid / levendigheid in het centrum en als sprake is van een kwaliteitstoevoeging die de differentiatie van het woningaanbod vergroot. Een kans is hierbij het toevoegen van kwaliteitsappartementen in de dure huur en middeldure koop, voor senioren, maar ook voor jongeren.

wonen in het CityCentrum



De opgave is het wonen als een vanzelfsprekend en aantrekkelijk onderdeel van het centrum te laten zijn: dit vraagt enerzijds om het geven van een impuls aan de bestaande woningbouw en anderzijds zou gezien moeten worden of nieuwbouw kwaliteit kan toevoegen aan het centrum.

Bereikbaarheid en Parkeren

De autobereikbaarheid van het CityCentrum is goed. De Heemweg loopt rond het centrum en bedient alle parkeervoorzieningen. Als automobilist krijg je niet veel te zien van het CityCentrum: als je het niet weet zie je het centrum niet, alleen de borden zijn duidelijke signalen. Er zijn kansen voor verbetering op het gebied van zichtbaarheid en vindbaarheid van het CityCentrum. De ring rondom het centrum vergroot de afstand tussen het centrum en de omliggende woonbuurten. Aan de westzijde zijn de inritten van de garage en het laden en lossen de barrière tussen het centrum en het park.

Voor de fietser en voetganger zijn logischer en doorgaande routes gewenst. Met name de aansluiting op de omgeving laat te wensen over.

's Avonds is de fietsroute aan de achterkant niet altijd even prettig, je rijdt tussen het park en de achterkant van de winkels. Routes in oost west richting ontbreken.

Voor het parkeren geldt dat er (ruim) voldoende aanbod is, maar dat het parkeren onevenwichtig gespreid is. Het zuidelijk gelegen parkeerterrein is goed bezet, de noordelijk gelegen parkeerterreinen zijn beperkt bezet en de parkeergarage Geer is veelvuldig leeg. Door vooraf betaald parkeren betaalt men in 77% van de gevallen teveel, is er weinig betaalgemak en wordt gehaast gewinkeld. Ook bij parkeren zijn zichtbaarheid en vindbaarheid belangrijke aandachtspunten.



Er ligt een opgave in de zichtbaarheid van het winkelcentrum vanaf de ring, het beter inpassen van verkeer aan de westzijde en het verbeteren van doorgaande langzaam verkeerroutes. Parkeren is geen kwantiteit maar een kwaliteitsopgave: van 'dissatisfier' naar promotiekans. Door betalen achteraf mogelijk te maken, betaalgemak te vergroten en parkeren beter te spreiden kan de kwaliteit van het parkeren worden verbeterd.

Ruimtelijke kwaliteit

Veldhoven is ontstaan uit 4 dorpen. Het winkelcentrum is gebouwd in de tijd dat de gemeente snel groeide door het bouwen van nieuwe wijken tussen de oude dorpen. In het geografische midden werd het winkelcentrum los van de omgeving aangelegd. Die geschiedenis is tot op de dag van vandaag zichtbaar. Het CityCentrum heeft geen natuurlijke aansluiting bij de omgeving, straten lopen niet door. Wandelend door de buurt kom je nooit als vanzelf in het winkelcentrum terecht. De centra in de oude dorpen kennen een natuurlijke verweving van functies en met de omgeving.

De belangrijkste ruimtelijke opgaven voor het CityCentrum concentreren zich rond de thema's aansluiting bij de omgeving, menging van functies en kwaliteit van de openbare ruimte.

entrees



Entrees:
zowel de hoofdentrees als de doorgangenvanuit de
parkeerterreinen zijn niet uitnodigend. Aan de zuidzijde
ontbreekt een duidelijke entree, aan de noordzijde is
de entree juist te open.

openbare ruimte



De belangrijkste ruimtelijke opgaven voor het CityCentrum concentreren zich rond de thema's aansluiting bij de omgeving, menging van functies en kwaliteit van de openbare ruimte. Aansluiting bij de omgeving manifesteert zich bij de entrees, de parkeerterreinen en bij de achterkant aan het Burg. Elsenpark. Hier is de Citypassage in het park gebouwd en met de achterkant naar de buurt gericht. Hier liggen ook de kansen om de aansluiting met de andere centrumfuncties te verbeteren, zoals de school, het sportcentrum en het zwembad.

De openbare ruimte in het CityCentrum is eenvormig, er is weinig groen en de pleinen nodigen niet uit tot verblijf. Het Meiveld voelt groot, functies zoals de schouwburg staan niet uitnodigend aan het plein en ook het gemeentehuis keert zich af van de openbare ruimte. De bibliotheek ligt aan de achterkant. De bestrating wordt glad als het regent en de functionaliteit voor gehandicapten en slechtzienden is matig.

De belangrijkste ruimtelijke opgaven voor het CityCentrum zijn de aansluiting bij de omgeving (entrees en routes), menging van functies en het verbeteren van de verblijfskwaliteit in de openbare ruimte.

Karakteristiek en DNA

Het centrum heeft van oorsprong een typische jaren 70 uitstraling, kleinschalig, gemoedelijk. Door de vele toevoegingen zoals het gemeentehuis, de schouwburg, de Citypassage en de luifels is de oorspronkelijke karakteristiek ondergesneeuwd, maar er is niets "eigens" voor in de plaats gekomen. Het DNA van het centrum zou moeten aansluiten bij het DNA van Veldhoven. Als onderdeel van Brainport leveren innovatie en HighTech een belangrijk deel van het DNA. Met ASML als dé werkgever van Veldhoven en diverse andere technologische bedrijven is de Veldhovenaar verweven met Brainport. Daar staat de traditie van de Brabantse dorpen naast: kleinschalig, ons kent ons. Met een sterk verenigingsleven. Kenmerkend is ook dat Veldhoven als geheel een groen karakter heeft. Al deze thema's zijn in het CityCentrum niet of nauwelijks herkenbaar.



De ronde luifels hebben een heel andere stijl dan de oorspronkelijke jaren 70 opzet.

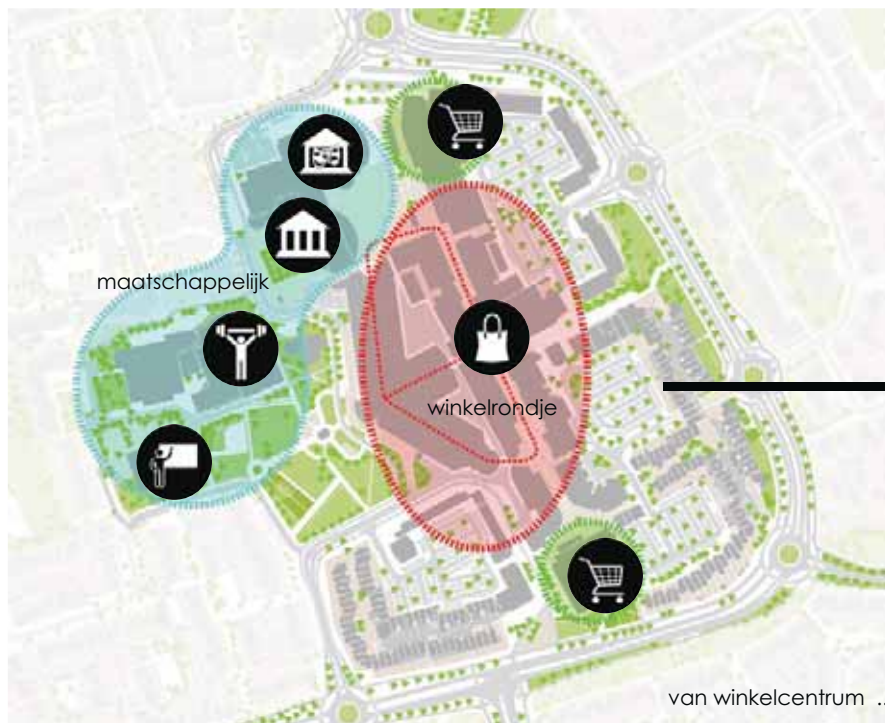
Het CityCentrum kan een sterkere, herkenbaarder identiteit krijgen waarin het beste van 2 werelden tot uitdrukking komt, enerzijds innovatief (Brainport) anderzijds dorps. De karakteristiek moet aansluiten bij het DNA van Veldhoven.

2. Toekomstperspectief

Het CityCentrum kan zich ontwikkelen tot hét centrum van Veldhoven, in synergie met de andere centra. Het CityCentrum is voor functies die van een stedelijk niveau zijn, de natuurlijke plek voor functies als theater, gemeentehuis, etc. Om ook echt het centrum te kunnen zijn moet het verbonden zijn met de omgeving, en meer dan alleen een winkelcentrum. Een plek voor dagelijkse boodschappen, maar ook voor cultuur, theater, de bibliotheek, sport en het zwembad. Vele functies geven vele bezoekenredenen.

Het centrum van Veldhoven is:

- hoofdwinkelcentrum voor Veldhoven, gericht op alle inwoners van Veldhoven, maar ook aantrekkelijk voor regio (Kempen) en bewoners Meerhoven
- verblijfskwaliteit, ondermeer door horeca maar ook door sfeer en beleving
- clustering van maatschappelijke voorzieningen
- wonen als een vanzelfsprekend en bij het centrum passend onderdeel
- goed bereikbaar met voldoende en vriendelijke parkeermogelijkheden
- verbonden met het "stedelijk weefsel"



Levendigheid en betrokkenheid

Het CityCentrum moet in eerste instantie een kwalitatief goed boodschappencentrum zijn en blijven. Om daarnaast een levendig en aantrekkelijk centrum te worden zijn de mensen, de bezoekers essentieel en is betrokkenheid een voorwaarde voor succes. CityCentrum moet de verbindende schakel worden, een ontmoetingsplaats voor alle Veldhovenaren maar wel met een speciaal randje. Hier worden verbindingen tussen mensen gelegd en sociale contacten onderhouden. Dat vraagt om een open benaderingswijze van alle betrokken partners, om een nieuwe manier van denken en handelen. Durven over de eigen grenzen heen te stappen. De culturele instellingen kunnen hierbij een belangrijke rol vervullen. Cultuur is immers vaak de verbindende factor.

Het zoeken is naar nieuwe en onverwachte samenwerkingsverbanden. Zo kunnen er verrassende allianties ontstaan met bedrijven en instellingen zoals ASML en Maxima Medisch centrum en ontstaan er evenementen met een cross over tussen cultuur en commercie.

Het verenigingsleven moet zich in de volle breedte in het centrum kunnen presenteren en manifesteren. Onderwijsinstellingen kunnen hier het werk van leerlingen exposeren. Op deze wijze worden inwoners echt betrokken bij hun centrum. Binding ontstaat juist door mensen hun eigen ding in het centrum te laten doen. Pleintjes krijgen een eigen identiteit passend bij een specifieke bevolkingsgroep die zich daar dan ook thuis zal gaan voelen. Op velerlei wijze worden er verbindingen gelegd maar ook spannende confrontaties gezocht. Zo kunnen bijvoorbeeld de traditionele oude ambachtelijkheid en de nieuwste High Tech ontwikkelingen elkaar hier ontmoeten en blijft het CityCentrum daardoor steeds weer voor verrassingen zorgen.



slimme coalities zorgen voor levendigheid

Een kern in de regio had een aardige opzet voor het brengen van levendigheid in het centrum. Een plaatselijke serviceclub nam op zich om in de zomerperiode wekelijks een concert te laten verzorgen door een plaatselijk gezelschap. De serviceclub zorgde voor het maken van afspraken met de uitvoerende gezelschappen (die het belang van een prachtig podium wel zagen), het programma, de vergunningen, de faciliteiten, maar ook de sponsoring door de horeca. Het budget dat door de stichting Evenementen beschikbaar werd gesteld kon op die manier voor een ander goed doel worden ingezet.

Gemengd centrum

Om het functioneren van het centrum een duurzamer karakter te geven is het van belang dat ook andere functies integraal deel uitmaken van het centrum. Een dorpscentrum waarin ook commerciële, sociale, culturele, maatschappelijke en medische functies zijn opgenomen, worden vaker en ook op andere momenten bezocht. Hierdoor ontstaat ook onderling combinatiebezoek tussen functies en dus ook met winkels en horeca.

Juist culturele, sociaal-maatschappelijke als medische functies kunnen een belangrijke reden zijn om het centrum te bezoeken. Deze functies verkrijgen extra meerwaarde als zij gezamenlijk opereren (onderling maar ook met bijvoorbeeld de ondernemers), en een vanzelfsprekend onderdeel van het centrum vormen. We hebben al geconstateerd dat in de huidige situatie deze voorzieningen deels net buiten het “echte” centrum zitten en anderzijds ook nog als losse elementen fungeren.

Het ligt niet voor de hand dat binnen afzienbare termijn grootschalige nieuwbouw of verschuivingen van deze voorzieningen gerealiseerd zal worden. Een programmatische samenwerking (tussen instellingen, maar ook met andere partners in het centrum) kan een eerste stap zijn om de voorzieningen onderdeel van het centrum van Veldhoven te doen zijn.

Wonen is een cruciaal onderdeel van een gemengd centrum, wonen zorgt voor licht en levendigheid op uren dat de winkels dicht zijn. De bestaande woningen zijn naar binnengekeerd of hebben hun eigen ontsluitingssysteem. Door de woningen beter te verbinden met het centrum wordt de dynamiek van het wonen beter zichtbaar en is er meer toezicht. Dit komt de verblijfskwaliteit buiten winkeluren te goede

Wat betekent modern dorps voor winkelen en andere functies? Modern dorps kan goed tot uitdrukking worden gebracht in de branchering van de winkels: Kempische streekproducten, maar ook afhaalpunten voor internet shops. Ook de ondernemer zelf is belangrijk: in Veldhoven kent de ondernemer zijn vaste klanten en heeft oprechte aandacht voor zijn klant. De combinatie met andere functies zoals het zwembad, maar misschien ook onderwijs of zorg, verstrekt het dorps gevoel: een plek waar alles bij elkaar komt, waar je ook komt als je niet gaat winkelen.

Het centrale thema voor het winkelcentrum is modern dorps. Dit thema weerspiegelt de positie van Veldhoven: enerzijds onderdeel van de brainport regio en met ASML één van de belangrijkste werkgevers van de regio, anderzijds nog steeds een combinatie van Brabantse dorpen met eigen karakter en gemoedelijke dorpsfeer. Modern dorps is een leidraad die in alle thema's terugkomt. Het is geen blauwdruk, maar een richting, die helpt bij het maken van keuzes.

modern dorps

ambachtelijk | High Tech

natuur | techniek

heden | verleden

traditie | vernieuwing



Passend winkelprogramma

Kansrijke programma's voor het winkelcentrum op de langere termijn zijn:

Sterk dagelijks aanbod:

Het CityCentrum heeft het meest complete aanbod op het gebied van dagelijkse artikelen van alle centra van Veldhoven. Dit betekent dat hier de grootste supermarkten zijn, een volledig palet aan versspecialiteiten en drogisterijen. Het dagelijkse aanbod fungeert als primaire aankoopplaats voor de inwoners van de omliggende wijken en buurten. Door de aard en omvang van het dagelijkse aanbod wordt een groter assortiment geboden dan in de buurt- en wijkcentra, waardoor ook overige inwoners van Veldhoven regelmatig naar het CityCentrum komen voor hun dagelijkse aankopen.

Voor de supermarkten betekent dit dat we streven naar het optimaliseren van de beide supermarkten zodat ze als een echte trekker gaan gelden, ook voor de rest van de winkels en voorzieningen. Dit betekent dat we inzetten op een betere oriëntatie en inpassing, het verbeteren van de relaties en een betere zichtbaarheid. Een uitbreiding van de supermarkten in het centrum kan bijdragen aan het versterken van het boodschappencentrum en aan mogelijke ruimtelijke ingrepen.

Een kwantitatieve analyse van de detailhandelsstructuur zal in de komende maanden plaatsvinden. Hierin zullen we bovenstaande ambitie nader onderbouwen en bezien op de consequenties voor zowel het centrum als de overige detailhandelsgebieden.

Compleet aanbod convenience goederen:
Het CityCentrum dient te beschikken over een volledig pakket aan artikelen in de branches huishoudelijke artikelen, boeken/tijdschriften/kantoorartikelen, dierenbenodigdheden, bloemen/planten, sport en spel, warenhuis, fiets- en autoaccessoires, optiek, textielsuper. Deze branches bieden aanbod dat met enige regelmaat wordt aangekocht. Door de aard van de artikelen is veelal sprake van een relatief gericht aankoopgedrag, dat mensen graag in hun eigen woonomgeving (dichtbij /, makkelijk) willen doen.

Behoud huidig modisch aanbod:
Door de ontwikkelingen en trends in de winkelmarkt zijn de kansen voor uitbreiding van het modisch aanbod voor het CityCentrum afgenomen. Recreatief winkelen vindt vooral plaats in de grotere binnensteden. Het streven dient vooral gericht te zijn op behoud van het bestaande aanbod. Hierdoor blijft in het centrum voor alle doelgroepen (jong, oud) aanbod aanwezig.

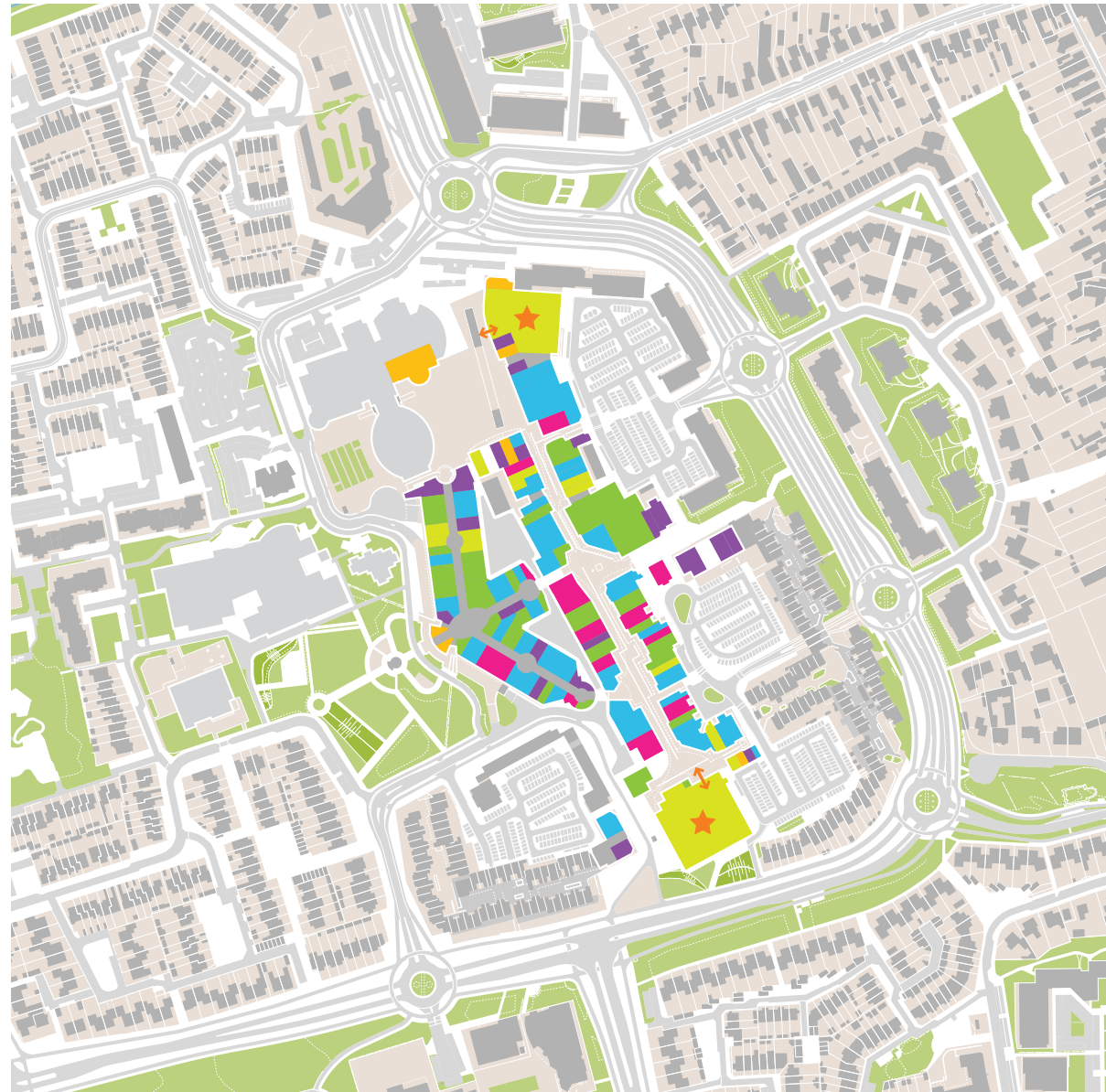
Horeca:

Het horeca-aanbod in het CityCentrum is momenteel beperkt. Voor bezoekers aan winkels of diensten is uitbreiding met daghoreca gewenst. Dit heeft een positief effect op de verblijfsduur en beleving van het centrum. Om het CityCentrum te laten functioneren als 'het dorpscentrum' van Veldhoven is versterking van het horeca-aanbod een noodzaak. Horeca is een belangrijk onderdeel voor de beleving van sfeer en gezelligheid. Door de integratie van functies in het centrum ontstaan daardoor ook kansen voor avondhoreca. Het Meiveld is de meest logische plek voor een klein horecaconcentratiegebied, aansluitend bij het theater kan hier 's avonds meer levendigheid ontstaan. Horeca gedijt het best met terrasmogelijkheid in de zon. Op de Pleintjes is horeca aanvullend aan het winkelen, dus met name voor overdag. Hierdoor ontstaan extra rustpunten van verschillende kwaliteit en omvang. Dit zorgt voor meer sfeer, gezelligheid en beleving van het centrum.

winkelbranchering

De opgave voor het winkelen bestaat uit 3 delen:

1. versterken van de positie van de supermarkten als trekker voor het winkelcentrum
2. mogelijkheden onderzoeken van samenvoegen van winkels om schaalvergroting te kunnen faciliteren
3. mogelijkheden onderzoeken van clustering van winkels



Wonen

Het wonen moet meer onderdeel worden van het centrum, dan voegt het daadwerkelijk kwaliteit en levendigheid. Dit geldt zowel voor de bestaande woningen als voor de nieuwbouw. De bestaande woningen kunnen beter aansluiten op het centrum door het verbeteren van de relatie tussen boven en beneden, en tussen "binnen" en "buiten". Dit komt van twee kanten: winkels kunnen de hoek om worden gezet naar het parkeerterrein, woningentrees kunnen tussen de winkels worden gelegd. Voor de bestaande woningen moet met de eigenaren een strategie worden uitgewerkt. Dit betreft de verfraaiing van het complex huurwoningen van Mooiland-Vitalis rond het Meiveld, waarbij geen sprake is van grootschalige investeringen. Het particuliere bezit in de complexen Braak en De Bree vraagt om een specifieke aanpak, in overleg met de betreffende Vereniging van Eigenaren (betreft tal van individuele eigenaren).

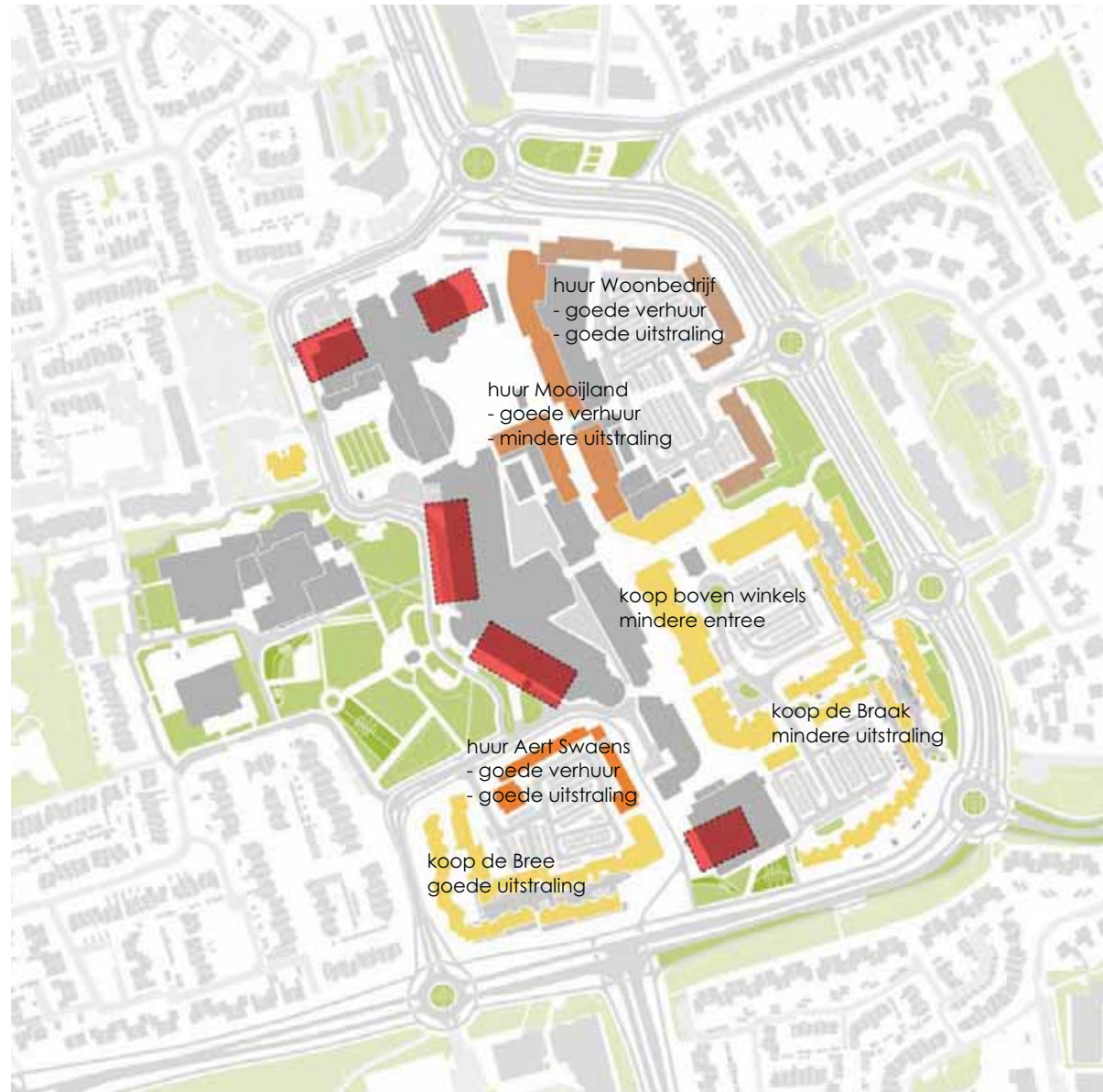
Nieuwe woningbouw is geen doel op zichzelf, maar op een weloverwogen manier is enige aanvullende woningbouw in het centrumgebied mogelijk en kan een nieuwe kwaliteit toevoegen. De voorwaarden hiervoor zijn dat:

- > Dit bijdraagt aan het vergroten van de leefbaarheid en de levendigheid in het centrumgebied;
- > Dit de differentiatie van het woningaanbod vergroot;
- > Dit een kwaliteitstoevoeging is die aansluit op de huidige schaal van stedenbouw en architectuur

Locaties voor nieuwbouw kunnen volgen uit de uitwerkingen van de entrees en de omgeving van het park. Woningbouw is daarbij geen lapmiddel om een lokaal probleem op te lossen, maar moet kwaliteit van binnenuit krijgen. Kwaliteiten die daar bij horen zijn grote terrassen, goede aansluiting op aantrekkelijke openbare ruimte, goede aansluiting op voorzieningen en openbaar vervoer.

Toegevoegde woningbouw moet gericht zijn op specifieke doelgroepen. Gelet op het zeer hoge aandeel sociale woningen in de voorraad van het centrumgebied, is er geen behoefte aan nieuwe sociale huur- en koopwoningen in het centrum. Expats zijn van harte welkom in Veldhoven. Als zij lange tijd hier blijven wonen en werken, kunnen ze ook in het centrumgebied terecht. Een deel van de expats blijft maar kort in Veldhoven of de regio en zij leveren geen noemenswaardige bijdrage aan de sociale cohesie. Daarom is het niet gewenst om specifiek voor deze groep short-stayers in het centrumgebied van Veldhoven te bouwen. Als er behoefte bestaat zullen partijen zich inspannen om elders in Veldhoven geschikte woonvormen aan te bieden voor deze groep short-stayers. De differentiatie in het huidige woningaanbod wordt vergroot als in het centrumgebied kwaliteitsappartementen worden toegevoegd, die interessant zijn voor de doelgroep senioren maar ook voor jongeren met een hoger inkomen. Denk aan appartementen in de dure huursector (boven de liberaliseringsgrens) en middeldure koopsector (prijssegment tussen de €200.000 en €300.000).

woningbouw

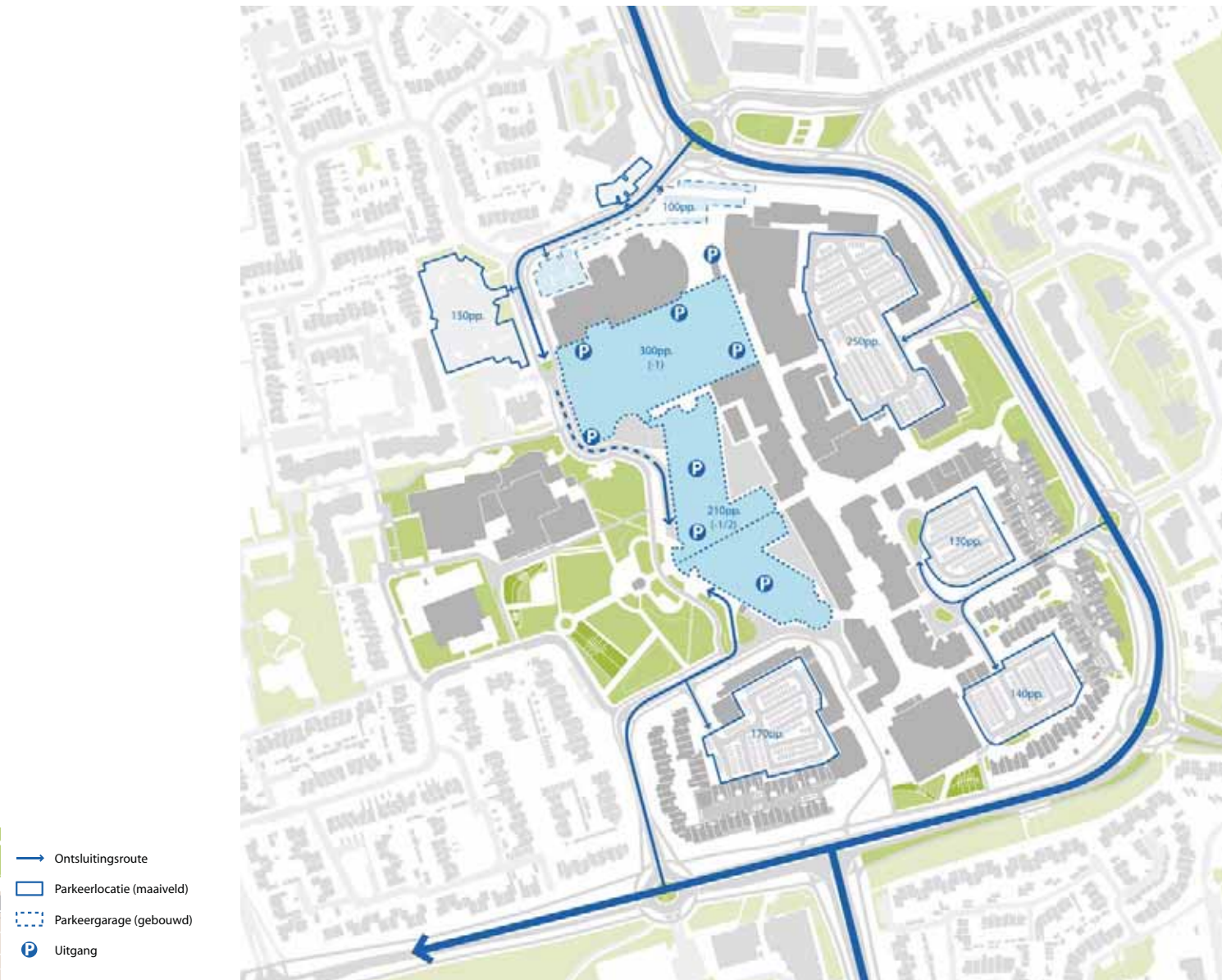


Bereikbaarheid en parkeren

De autobereikbaarheid is goed, dit handhaven is een belangrijke voorwaarde voor het functioneren van het centrum. De hoogwaardige busverbinding zorgt voor een goede relatie met de Veldhoven, Meerhoven en Eindhoven. Voor fiets en voetgangers kan de bereikbaarheid en vooral de relatie tussen het centrum en de omgeving verbeterd worden. Een aantrekkelijke fietsroute langs het centrum en in oostwest richting ontbreekt.

De huidige “knip” in de parkeerroute aan de westzijde van het centrum staat een meer flexibel gebruik van de parkeervoorzieningen in de weg; idealiter zou hier sprake moeten zijn van de mogelijkheid om vanuit beide richtingen alle parkeerterreinen te kunnen bereiken. In het verleden zijn echter afspraken gemaakt over deze knip om daarmee sluipverkeer en daarmee hinder voor de aanwonenden te voorkomen. Voor het parkeren is de capaciteit ruim voldoende, maar het gebruiksgemak kan beter. Door achteraf te betalen wordt niet te veel betaald en kan rustig worden gewinkeld. Dit kan geautomatiseerd worden, waardoor er geen gedoe is met kleingeld.

parkeren

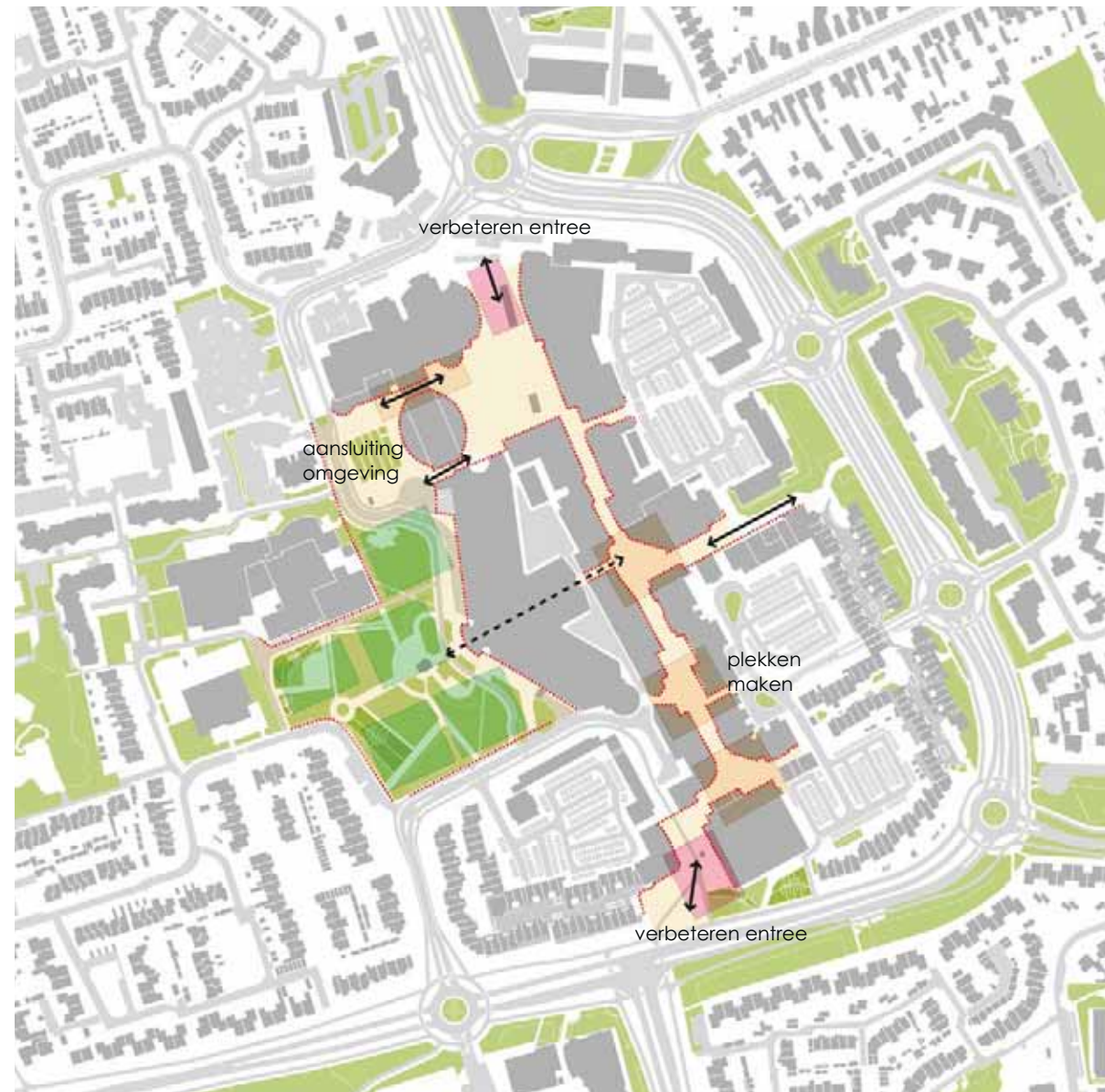


Ruimtelijke kwaliteit

De ruimtelijke opgave bestaat uit een aantal elementen. Enerzijds gaat het om samenhang en aansluiting bij de omgeving: verbeteren van de entrees, betere aansluiting van het park op het centrum, goede routes voor langzaam verkeer. Elementen die hierbij horen zijn het gezicht van het winkelcentrum naar buiten, waarbij winkelpintlen beter in het zicht komen vanaf de parkeerplaatsen en de entrees meer zijn dan alleen een bord, maar ook de toegankelijkheid voor minder validen.

Anderzijds is de opgave om diversiteit, sfeer en verblijfskwaliteit in het centrum te brengen: plekken moeten een eigen kleur en karakter krijgen, misschien voor een bepaalde doelgroep, voor dag of avond. Plekken maken is hierbij de kern: meer beschut, gebruik maken van groen. In dit product is de oplossing hiervoor nog niet getekend, dit komt in een volgende fase aan de orde.

ruimtelijke kwaliteit

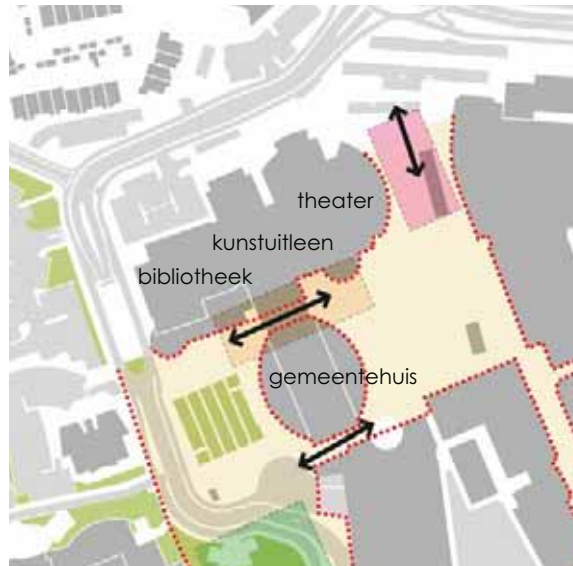


Verbeteren aansluiting op omgeving

De aansluiting op de omgeving speelt sterk aan de oostzijde, waar de maatschappelijke functies geconcentreerd zijn. Om het complete centrum vorm te geven moet de relatie via het stadhuis complex verbeterd worden. Daarnaast vormen de twee hoofdentrees een belangrijke opgave.

Relatie oostzijde

- > passage gemeentehuis-bibliotheek-verdieping-de schalm meer open
- > functies in het stadhuiscomplex beter op elkaar aangesloten en meer uitnodigend
- > doorgang tussen stadhuis en citypassage verbeteren
- > entree city passage bij café Ludiek: onderzoeken welke mogelijkheden er zijn om die meer open te stellen en het gezicht van Ludiek naar het park te verbeteren



Complex bibliotheek-gemeentehuis-theater: betere doorgang en betere synergie tussen de functies.



Entrees

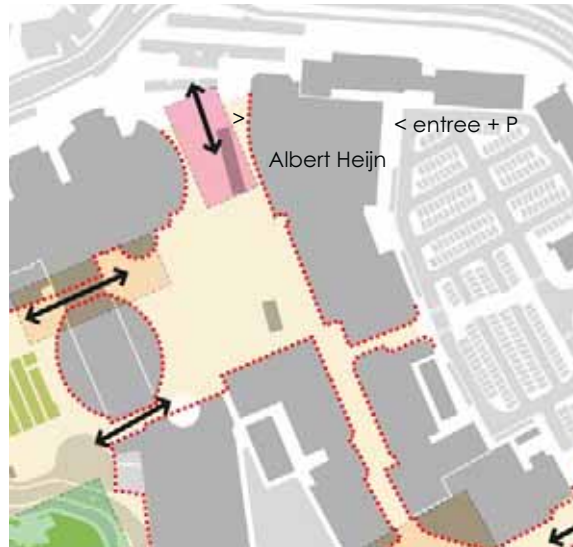
De opgave van de entrees vraagt om een gedegen uitwerking, waarbij het niet gaat om grote bouwkundige oplossingen, maar waar wordt gezocht naar bescheiden ingrepen in de openbare ruimte, de positionering van gebouwen aan de openbare ruimte en het toevoegen van (tijdelijke) bebouwing om de ruimte beter vormt te geven. Aan de zuidzijde komt hier het slim omgaan met leegstaand vastgoed bij.

Noordzijde

- > meer entree gevoel, nu te open en niet aantrekkelijk
- > onderscheid tussen entree en Meiveld
- > onderzoeken positie parkeren en fietsenrekken, entree parkeergarage voor de Albert Heijn
- > entree Albert Heijn beter gekoppeld aan het Meiveld en de winkels
- > oriëntatie van de gebouwen aan de openbare ruimte (entree Schalm, stadhuis)

Zuidzijde

- > entree aan de westzijde van de Jumbo kan uitgroeien tot de hoofdentree aan de zuidzijde
- > leegstand aan de oostzijde aanpakken, wellicht met andere functies dan winkelen
- > uitnodigend vanuit Burg. van Hoofflaan; logische route voor parkeren, maar ook voor voetgangers, fietsers
- > oriëntatie Jumbo op het winkelcentrum



entree noordzijde: te open naast de Albert Heijn, parkeren en fietsenstalling zijn niet uitnodigend





entree zuidzijde: mogelijkheden om aan de westzijde van de Jumbo een betere entree van het CityCentrum te maken. De entree van de Jumbo zelf zou meer op het winkelcentrum gericht moeten zijn.



Openbare ruimte: samenhang en verblijfskwaliteit

De aansluiting op de omgeving zal de samenhang in het centrum vergroten. Dit kan ook tot uitdrukking komen in de inrichting van de openbare ruimte. Met name het park en het Minneveld zijn hierbij een opgave. Tweede deel van de opgave is het vergroten van de verblijfskwaliteit en de differentiatie binnen het centrum: het maken van plekken met een eigen sfeer. Hierbij gaat het om plekken maken in het park, verbeteren van de verblijfskwaliteit op het Meiveld, en het maken van verschillen tussen de pleintjes en de doorgaande route. Hierbij spelen praktische elementen zoals de doorgang van de brandweer en het beleid op uitstallingen een belangrijke rol.

Burg. Elsenpark

Het Burg. Elsenpark is ontstaan uit het bosrijke gebied dat oorspronkelijk naast het winkelcentrum lag. Door de bouw van de Citypassage is het park verkleind. Hierbij is de achterkant van het winkelcentrum aan het park niet aantrekkelijk. Door de sloop van het buurtcentrum ontstaat nu de kans de relatie tussen het park, het Minneveld en het Meiveld te verbeteren. Het goed inpassen van het laden en lossen het parkeren zijn hierbij essentieel, maar ook het vergroten van de verblijfskwaliteit en de beschutting in het park. Functies als het

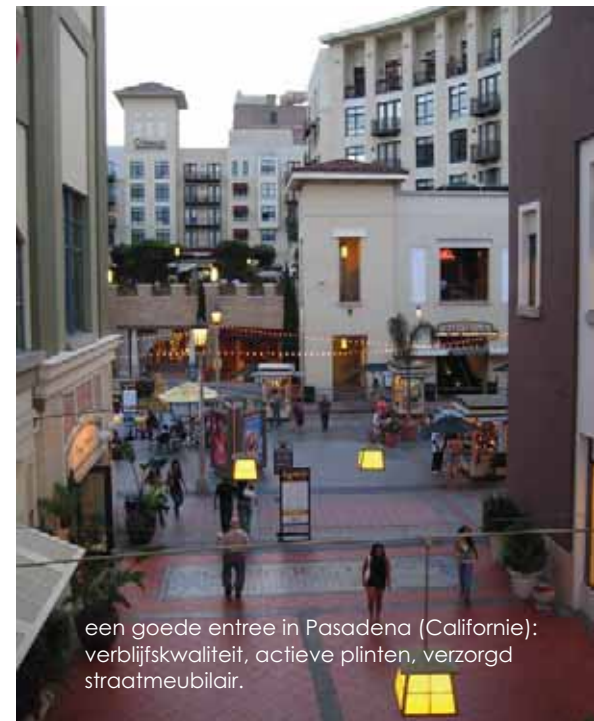
zwembad, het wijkcentrum, de sporthal en de school kunnen meer op het park georiënteerd worden, waardoor er een betere relatie van de die functies met het centrum ontstaat.

Meiveld

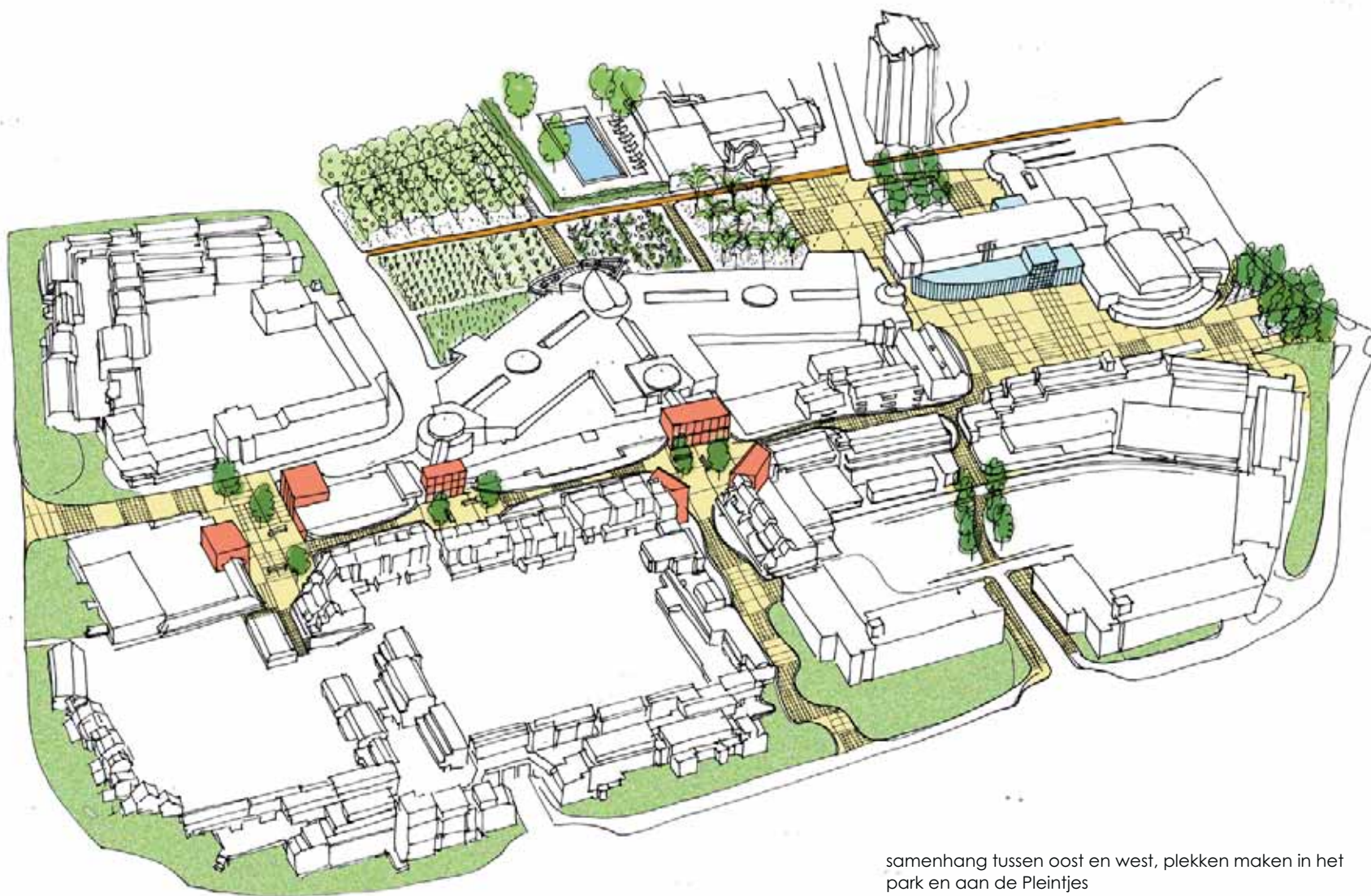
Het Meiveld voelt nu nogal groot en leeg aan. Op maandag is er markt. De markt kan beter aansluiten op de omliggende winkels dan met de huidige opstelling het geval is. Gemeentehuis en Schalm staan op een onprettige manier aan het plein. De naam Meiveld suggereert een landschap, maar door de onderliggende garage is het planten van bomen lastig. Een groen Meiveld zou een heel ander beeld opleveren, de mogelijkheden (bijvoorbeeld het uitschrijven van een prijsvraag) hiervoor kunnen onderzocht worden. Bewoners vinden de bestrating van het plein gevaarlijk glad.

de Pleintjes

De Pleintjes en de winkelstraat hiertussen zijn nu uitgevoerd in één materiaal, op één niveau. Hierdoor ontstaan geen onderscheidende plekken. Door de pleintjes anders in te richten dan de straat kan ieder pleintje een eigen karakter krijgen, bv. plek voor ouders met kinderen bij de Hema, een ontmoetingsplek bij de Jumbo met een kofflegelegenheid, plek voor jongeren op het Meiveld met groen en terrassen.



een goede entree in Pasadena (Californië): verblijfskwaliteit, actieve plinten, verzorgd straatmeubilair.



samenhang tussen oost en west, plekken maken in het park en aan de Pleintjes



Pleintje bij de entree van de City Passage, met zitplekken, groen en kinderspeelaanleidingen



winkels open naar de straat



verblijfsplekken



speelaanleidingen

Karakter en identiteit

De verschijningsvorm van het centrum moet aansluiten bij het karakter modern dorps. De stijl kan daarmee gemengd zijn is niet uitgesproken modern of klassiek, maar een aantal elementen zijn van belang:

Schaal: de omvang van een aantal gebouwen zoals het gemeentehuis en de citypassage sluit niet aan bij een dorps karakter: waar mogelijk is schaalverkleining en verfijning van de structuur het uitgangspunt.

Samenhang: het lijkt nu alsof er steeds een nieuwe stijl geïntroduceerd is naast de oude. Zo zijn de luifels totaal anders dan de oude jaren 70 gebouwen. Er moet gezocht worden naar doorbouwen op het voorgaande, iets toevoegen zodat het centrum samenhangend kan groeien.

Funciemenging: boven - en benedenwereld met elkaar verbinden, in het centrum wonen, niet op het centrum. Afwisseling van functies geeft een nieuw beeld van het winkelcentrum: geen doorgaande winkelplint, maar verschillende functies.



Karakter: doorbouwen op het bestaande (Londen UK)



3. Actieprogramma

