

---

# Meebewegen binnen kaders

---

Visie op detailhandel in  
Veldhoven

---

Gemeente Veldhoven

---



## **Inhoudsopgave**

Inhoudsopgave .....	1
Inleiding .....	2
Waarom een visie? .....	3
Kerncijfers detailhandel Veldhoven .....	3
Visie op hoofdlijnen .....	5
Internethandel .....	7
Marktruimte komende jaren .....	8
Regionale afstemming .....	11
Bijlage 1: indeling branches .....	12

## Inleiding

Veldhovenaren zijn tevreden over de winkels in Veldhoven. Samen met de basisscholen wordt het hoogste tevredenheidscijfer aan deze voorziening gegeven (7,6).<sup>1</sup> Ten opzichte van 4 jaar eerder is de tevredenheid zelfs met 0,4 punt toegenomen. Een goed resultaat, waarbij de lof vooral aan de ondernemers en winkelgebieden toe te schrijven is. Maar ook de detailhandelsstructuurvisie uit 2008 heeft haar werk gedaan.

Toch zal doorgaan op de bestaande voet niet tot gevolg hebben dat de Veldhovenaar in 2018 de winkelvoorziening een rapportcijfer van 8,0 geeft. Daarvoor is de detailhandel te veel in beweging. Detailhandel via internet groeit nog steeds, kleine winkels specialiseren of sluiten en bestaande winkels worden groter. De consument is kritischer en veeleisender geworden. Bovendien is zij minder 'honkvast' en doet de boodschappen op weg van het werk naar huis of reist de consument om te shoppen naar een andere plaats met een ander of groter aanbod. Tel daarbij op dat de vergrijzing ook bij de lokale ondernemer een rol speelt, overname door zoon of dochter is niet langer een vanzelfsprekendheid. Deze ontwikkelingen zullen ook haar weerslag hebben op het Veldhovens winkelaanbod.

Ook de visie op de detailhandelsstructuur zal dus mee moeten bewegen en verbinding moeten houden met de markt. In deze visie wordt minder gestuurd op vierkante meters, maar meer op een verdeling van aanbod waarbij levensvatbare centra het woon- en leefklimaat positief beïnvloeden.

---

<sup>1</sup> Bron: wijkatlas 2014

## Waarom een visie?

Zoals bij de inleiding al is aangegeven is de detailhandel volop in beweging. Vraag en aanbod veranderen en reageren op elkaar. Een vorm van gezonde marktwerking zou kunnen worden geconcludeerd; de markt regelt het zelf wel. Het klopt dat marktwerking zorgt voor een gebalanceerde verhouding tussen vraag en aanbod. De vraag is echter tegen welke prijs. Het effect van dit systeem is het meest duidelijk te zien in landen als Frankrijk, Italië, de VS en Canada. Hier zijn grote malls en hypermarchés te vinden aan de rand van de stad en in de onaan trekkelijke stadkernen is op enkele toeristenwinkels na weinig aanbod te vinden.

Winkels zijn belangrijk voor de sociale cohesie in Veldhoven. Mensen ontmoeten elkaar namelijk in winkels en winkelcentra. Vaak vormt het winkelcentrum het hart van de wijk. Een beperkte afstand tot winkelaanbod is van belang omdat ouderen in de toekomst langer thuis blijven wonen, toegang tot winkelaanbod hoort hierbij. Daarnaast zal moeten worden voorkomen dat er te veel leegstand optreedt, lege panden dragen niet bij aan het Veldhovens woonmilieu.

De detailhandel is ook goed voor de werkgelegenheid. Momenteel zorgt de sector voor 12%<sup>2</sup> van het aantal arbeidsplaatsen in Veldhoven. Op het moment dat er een concentratie is van meerdere winkels (een winkelcentrum) komen er ook meer klanten naar dat winkelcentrum toe. Door die toestroom van klanten is het voor sommige winkels interessant om zich in het centrum te vestigen. Dit maakt het centrum weer nog wat interessanter en zal de klant minder geneigd zijn naar een ander centrum in een andere gemeente te reizen. Aan deze positieve spiraal zit echter ook een einde, ingegeven door het aanbod in andere centra én de beschikbare marktruimte (de klant kan zijn euro ten slotte slechts eenmaal uitgeven).

Deze visie stelt een aantal kaders waarbinnen de markt haar werk moet kunnen doen. Doel van de visie is een zo interessant mogelijk detailhandelsaanbod voor de inwoners en bezoekers van Veldhoven.

## Kerncijfers detailhandel Veldhoven

Als we het over detailhandel in Veldhoven hebben, waar hebben we het dan over? Het begrip wordt omschreven als '*Detailhandel is het leveren van fysieke goederen voor persoonlijk gebruik aan de consument.*' Verkopen via internet vallen hier dus ook onder. Verkoop voor directe consumptie (horeca) en dienstverlening (zoals banken en uitzendbureaus) niet. In de visie wordt onderscheid gemaakt tussen de dagelijkse sector, zoals supermarkten, bakker, slaggers en drogisterijen, en de niet-dagelijkse sector, alle andere winkels. Een volledige lijst is opgenomen als bijlage van deze visie.

### **Oppervlakte**

Veldhoven heeft in totaal een oppervlakte van 79.000m<sup>2</sup> winkelaanbod. Verdeeld over ca 14.600m<sup>2</sup> dagelijkse sector, 61.000m<sup>2</sup> voor de niet-dagelijkse sector en 3.400m<sup>2</sup> leegstand (4,3%)<sup>3</sup>, tegenover 8,7% leegstand landelijk gezien.<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Bron: Bedrijvenregister Eindhoven: Branche Groot- en detailhandel incl. autoreparatie

<sup>3</sup> Bron: Locatus Online: raadpleging augustus 2014

<sup>4</sup> Bron: Compendium voor de leefomgeving; Leegstand van winkels, 2004-2014



### **Aantal**

Veldhoven heeft in totaal 266 winkels. Hiervan hebben er 79 een dagelijks aanbod (supermarkt, bakkerij, drogist e.d.), 166 een niet-dagelijks aanbod (mode, schoenen, bouwmarkten etc.) en 21 winkels staan leeg (7,9%).

### **Internethandel**

Hoe groot de internethandel of e-commerce in Veldhoven precies is, is lastig te zeggen omdat de detailhandel zich vaak niet fysiek openbaart in het straatbeeld. Veel tot alle handelingen binnen het verkoopproces gebeuren online. Er staan in totaal 64 bedrijven ingeschreven als 'detailhandel postorder of internet'. Nagenoeg al deze bedrijven zijn gevestigd op een huisadres. Per bedrijf zijn niet meer van 3 personen werkzaam.

### **Verdeling winkels per winkelgebied**

		aantal winkels	m <sup>2</sup> vvo (winkelvloeroppervlak)
City Centrum	Dagelijks	21	5.912
	Niet-dagelijks	76	10.785
	leegstand	9	1.250
	Totaal	106	17.947
Kromstraat	Dagelijks	12	1.797
	Niet-dagelijks	44	6.582
	leegstand	6	1.317
	Totaal	62	9.696
Mira	Dagelijks	4	1.743
	Niet-dagelijks	0	0
	leegstand	deel van het pand	0
	Totaal	4	1.743
Heikant	Dagelijks	3	1.336
	Niet-dagelijks	1	21
	leegstand	0	0
	Totaal	4	1.347
Burg. van Hoofflaan	Dagelijks	7	1.885
	Niet-dagelijks	8	1.423
	leegstand	2	545
	Totaal	17	3.853
Zeelst	Dagelijks	3	428
	Niet-dagelijks	5	590
	leegstand	1	134
	Totaal	9	1.152
't Look	Dagelijks	1	977
	Niet-dagelijks	0	0
	leegstand	0	0
	Totaal	1	977
De Run 3000	Dagelijks	0	0
	Niet-dagelijks	5	14.822
	leegstand	0	0
	Totaal	5	14.822
Verspreid	Dagelijks	9	517
	Niet-dagelijks	46	27.468
	leegstand	3	170
	Totaal	58	27.457

(Bron: Locatus Online: raadpleging augustus 2014)

Bij verspreid aanbod moet worden gedacht aan locaties als Meerveldhoven, De Run, Provincialeweg/Dorpstraat en het buitengebied. Ook alle tuincentra zijn verspreid gevestigd, dit verklaart mede het hoge aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak.

## Visie op hoofdlijnen

De visie op de detailhandelsstructuur kenmerkt zich door een hoofdstructuur en een hulpstructuur.

### Hoofdstructuur

De hoofdstructuur wordt gevormd door de winkelcentra die belangrijk zijn voor heel Veldhoven. Deze centra zorgen gezamenlijk voor een compleet aanbod in Veldhoven. Daarnaast liggen de centra geografisch gunstig ten opzichte van elkaar, zodat het merendeel van de Veldhovenaren binnen 800 meter afstand aanbod heeft van dagelijkse goederen. Investerings- en nieuwe initiatieven passen binnen deze hoofdstructuur. De centra hebben binnen een bepaalde bandbreedte de mogelijkheid qua aanbod m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak met de markt mee te bewegen. Deze hoofdstructuur is samengevat in een tabel. Wvo staat voor winkelvloeroppervlak. Voor de winkelcentra City Centrum, Kromstraat, Heikant en Mira staan maximale vierkante meters dagelijks aanbod aangegeven. Hierbij gaat om zowel supermarkten als andersoortige winkels met dagelijks aanbod (o.a. slagerijen, bakkerijen en drogisterijen).

Panden in deze centra die leegstaan kunnen conform gegeven bestemming worden ingevuld. Theoretisch kan dit leiden tot overschrijding van het maximum aanbod dagelijks aanbod of versterking niet-dagelijks aanbod. Voorop staat het voorkomen van leegstand in centra van de hoofdstructuur.

	<i>Type</i>	<i>Maximum aanbod dagelijks</i>	<i>Maximum niet-dagelijks aanbod</i>	<i>Aanvullend ander aanbod</i>
City Centrum	Hoofdwinkelgebied	7.000 m <sup>2</sup> wvo	Behoud bestaand, maximaal ruimte voor 1.000m <sup>2</sup> wvo uitbreiding	Combinatie met andere functies als wonen, werken, cultuur en horeca (uitwerking via COPr)
Kromstraat	Wijkwinkelcentrum	2.500 m <sup>2</sup> wvo	Behoud bestaand aanbod	Combinatie met MFA, horeca, wonen
Heikant	Buurtwinkelcentrum	2.200 m <sup>2</sup> wvo	Enkele winkels (inclusief dagelijks, 5-9 winkels)	Rekening houdend met flankerend beleid andere publieksfuncties
Mira	Buurtwinkelcentrum	2.200 m <sup>2</sup> wvo	Enkele winkels (inclusief dagelijks, 5-9 winkels)	Rekening houdend met flankerend beleid andere publieksfuncties
De Run 3000	Perifere locatie	Geen	Behoud bestaand aanbod (15.000m <sup>2</sup> -20.000m <sup>2</sup> )	Geen ander aanbod
Bouw- en tuincentra	Verspreid	Geen	Geen grootschalige uitbreiding, verplaatsing denkbaar. Primair De Run 3000, afstemming in de regio	Geen ander aanbod
Health Technology Park	Speciaal winkelgebied	Afhankelijk van behoefte ontstaan vanuit concept HTP	Afhankelijk van behoefte ontstaan vanuit concept HTP	Afhankelijk van behoefte ontstaan vanuit concept HTP

### Hulpstructuur

De hulpstructuur wordt gevormd door de Burg. van Hoofflaan, supermarktcentra Zeelst en 't Look en het verspreid aanbod. De winkels op deze locaties functioneren op dit moment prima en zullen dit in veel gevallen nog vele jaren blijven doen. Het zijn echter ook centra die risico lopen vanwege geringe omvang, nabij ander aanbod, solitaire vestiging of veroudering. Met als gevolg dat de consument er zelf voor kiest naar een ander winkelgebied te gaan.

Het ontbreekt in deze gebieden vaak in fysieke zin aan ruimte voor uitbreiding, maar bovenal is er geen marktruimte (behoefte aan meer m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak door de consument) om deze centra verder uit te breiden. Dit houdt concreet in dat er niet meegewerkt wordt tot vergroting van het aanbod m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak op deze locaties. Wel kan een vertrekkende winkel worden opgevolgd door een andere winkel.

De Burg. van Hoofflaan heeft een dubbelfunctie, hier vestigen zich startende ondernemers die (nog) niet de huur kunnen betalen die in het City Centrum of de Kromstraat worden gevraagd. Dit zogenoemde B-milieu trekt bijzondere winkels aan die vaak doelgericht bezocht worden. Door de langgerektetheit van de winkelstraat functioneert het niet als één winkelgebied, eerder is een noordelijke en een zuidelijke concentratie te onderscheiden, met in het midden een plein met culturele en maatschappelijke functies. Het noordelijk deel enigszins functioneert als B-milieu voor bijzondere en startende winkels en het zuidelijk gebied meer als supermarktconcentratie.

De centra kennen naast hun winkelfunctie ook een belangrijke sociale functie. Wijkgenoten ontmoeten elkaar in deze centra, wat belangrijk is voor sociale cohesie. Toch kan het gebeuren dat er in de toekomst door marktwerking een winkel sluit en er geen nieuwe ondernemer is die in deze vrijkomende ruimte een winkel wil starten. Als dat gebeurt zal er, om de sociale functie voor de wijk te behouden, bekeken worden of en hoe er een andere publieksfunctie die ontmoeten stimuleert gevestigd kan worden. Welke functie dat precies is hangt af van de locatie en interesse uit de samenleving/markt.

Op diverse locaties in Veldhoven is bijzonder kleinschalig aanbod te vinden dat niet tot nauwelijks invloed heeft op de overige detailhandel in Veldhoven. Vanuit een maatschappelijk oogpunt is een winkeltje, zoals deze is ingericht in het wooncomplex Rundgraafpark, een absolute aanvulling omdat het 'ontmoeten' stimuleert. Ook op de campings zijn kleinschalige winkeltjes te vinden, die bijdragen aan de verblijfskwaliteit en waardering van de toerist. Ook in de toekomst blijft er ruimte voor dergelijke nieuwe initiatieven. Insteek bij dit soort functies is dat zij kleinschalig moeten blijven. Deze locaties zijn te zien als stand-alone en maken geen deel uit van de hulpstructuur.

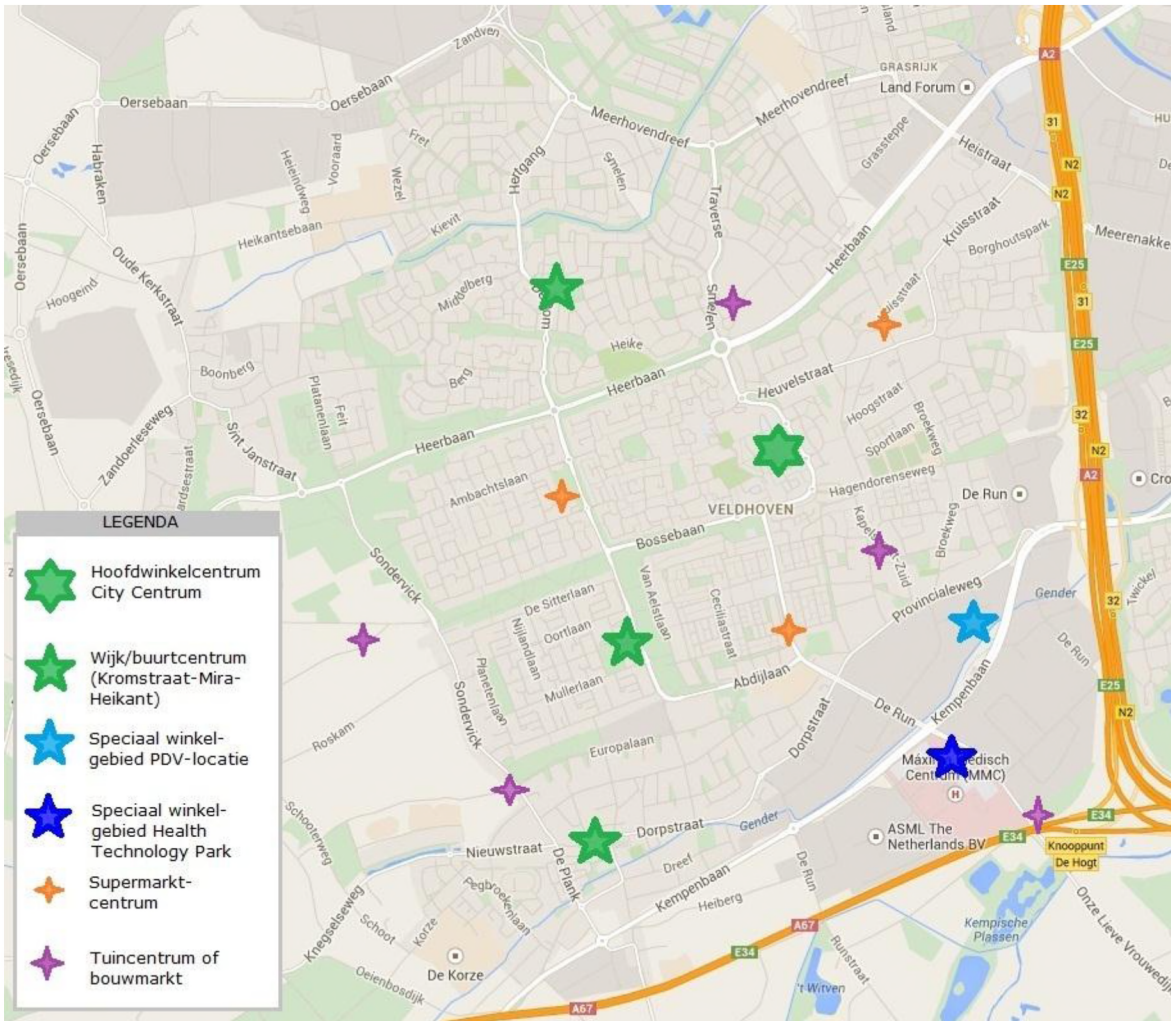
In schema ziet de hulpstructuur er als volgt uit:

	<i>Type</i>	<i>Maximum aanbod dagelijks</i>	<i>Gewenst niet-dagelijks aanbod</i>	<i>Aanvullend ander aanbod/mogelijke functiewijziging</i>
Burg. van Hoofflaan	Supermarktcentrum/B-milieu	Behoud huidig aanbod, geen ruimte voor uitbreiding.	Behoud huidig aanbod, geen ruimte voor ontwikkeling.	De Burg. van Hoofflaan maakt onderdeel uit van de Stedelijke As, functiewijziging binnen deze visie.
t Look	Supermarktcentrum	Behoud huidig aanbod, geen ruimte voor uitbreiding.	Behoud huidig aanbod, geen ruimte voor ontwikkeling.	Rekening houdend met flankerend beleid andere publieksfuncties
Zeelst	Supermarktcentrum	Behoud huidig aanbod, geen ruimte voor uitbreiding.	Behoud huidig aanbod, geen ruimte voor ontwikkeling.	Rekening houdend met flankerend beleid andere publieksfuncties
Overige wijken	Verspreide bewinkeling	Behoud huidig aanbod, geen ruimte voor uitbreiding.	Behoud huidig aanbod, geen ruimte voor ontwikkeling.	Rekening houdend met flankerend beleid andere publieksfuncties

### **Totale structuur**

Op de volgende kaart staat de totale detailhandelsstructuur van de gemeente Veldhoven weergegeven. De groene sterren staan voor de hoofd-, buurt/wijkcentra, de blauwe en paarse sterren voor de andersoortige winkelgebieden. Tezamen vormen deze gebieden de hoofdstructuur, oftewel een compleet aanbod voor Veldhoven. Binnen de marge hebben deze winkelgebied de ruimte om met de markt mee te bewegen.

De hulpstructuur staat weergegeven met oranje sterren. De verspreide bewinkeling staat niet op kaart weergegeven.



## Internethandel

Internet is een groeiend verkoopkanaal en hoewel de aankoop in de meeste gevallen vanachter de pc of op de bank met een tablet plaatsvindt heeft het wel een ruimtelijke weerslag. Met de komst van internethandel is er een nieuw type bedrijf ontstaan met bijbehorende kenmerken. Deze visie vormt een afwegingskader bij de Ruimtelijke Ordening met betrekking tot internethandel. Onderscheid kan gemaakt worden in:

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

### **Internethandel zonder fysieke bezoekmogelijkheid**

Bij deze vorm van internethandel is er geen contact tussen internetwinkel en klant. Al het klantencontact met de klant en de verzending van de goederen gebeurt uitsluitend via het internet, telefonisch 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 (kleinschalig, mits passend binnen regeling bedrijvigheid-aan-huis);
- In of bij bestaande winkels, als onderdeel van het winkelconcept;
- Op locaties waar winkels vertrekken;
- In de stedelijke as of op kantoorlocaties (grootschaligere kantoren).

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

- In woonwijken (kleinschalig, mits passend binnen de regeling bedrijvigheid-aan- huis);
- In of bij bestaande winkels, als onderdeel van het winkelconcept;
- Op locaties waar winkels vertrekken (kleinschalig);
- Bedrijventerreinen (grootschalig);
- Op de PDV-locatie De Run (grootschalig, als onderdeel van het winkelconcept).

### **Internethandel met fysieke bezoekmogelijkheid**

Hier kan de klant de internethandel bezoeken om de bestelde artikelen af te halen of 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:

- In bestaande winkelcentra (kleinschalig)
- In of bij bestaande winkels, als onderdeel van het winkelconcept (kleinschalig);
- Op de PDV-locatie De Run (grootschalig);
- Goed bereikbare locatie aan de A67 en/of de toekomstige N69 (grootschalig);
- De stedelijke as vanaf de Run tot de Heerbaan (klein-en grootschalig).

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 detailhandelsstructuur.

Ter voorkoming van ongewenste concurrentie worden in Veldhoven voor deze vorm van detailhandel alleen mogelijkheden geboden in:

- Winkelpanden met een juiste bestemming, bij voorkeur in centra van de hoofd- of hulpstructuur;
- PDV-locatie De Run (voor zover passend binnen de brancheringsvoorwaarden van De Run).

## **Marktruimte komende jaren**

In de hierna volgende tabellen is de marktruimte voor de komende jaren berekend. Deze marktruimteberekening is opgenomen om te inzicht te geven dat de visie van hoofd- en hulpstructuur past binnen de verwachten marktruimte.

In de optimistische 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 behoudende variant is ervan uitgegaan dat de versterkingen van het City Centrum en de wijkvoorzieningen achterwege blijft.

### **Dagelijkse sector**

Om de marktruimte, oftewel de ruimte voor verandering in m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak in 2020 te kunnen berekenen is het nodig eerst de huidige situatie in kaart te brengen. Belangrijke informatie wat volgt uit deze berekening is de vloerproductiviteit, oftewel het aantal euro's dat per vierkante meter winkelvloeroppervlak (wvo) wordt uitgegeven.



<b>Situatie 2014 - Dagelijks</b>	
Inwoners	44.154
Bestedingen per hoofd (€)	2.270
Bestedingen gecorrigeerd (€)	2.312
Bestedingspotentieel (€)	102.073.804
Binding (% inwoners dat in eigen gem. winkelt)	82,1%
<i>Gebonden omzet</i>	<i>83.802.593</i>
Toevloeiing (% van de bezoeker niet uit V'hoven)	15,0%
<i>Toegevoegde omzet</i>	<i>14.788.693</i>
Omzet (€)	98.591.286
Aanbod in m <sup>2</sup> wvo	14.585
Vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	6.760
Landelijk (€ per m <sup>2</sup> wvo)	7.090

Bij het berekenen van de marktruimte in 2020 worden aannames gedaan op basis van voorhanden zijnde bronnen en informatie. Er zijn echter diverse factoren die bepalen hoeveel m<sup>2</sup> exact benodigd is die niet in cijfers te vatten zijn. Te denken valt aan goed ondernemerschap, klantvriendelijkheid, formulekeuzes e.d. Het is daarom realistisch een range aan te geven waarbinnen de potentiële marktruimte zich bevindt. De range wordt gevormd door een behoudend scenario en een optimistisch scenario. In het behoudend scenario wordt uitgegaan van het behouden van het huidige bindingspercentage. In het optimistisch scenario wordt uitgegaan van het versterken van het huidige bindingspercentage.

In beide gevallen is de vloerproductiviteit een gemiddelde van het huidige economisch functioneren en het landelijk economisch functioneren. Hiervoor is gekozen omdat het huidige functioneren onder het landelijk gemiddelde ligt én het landelijk gemiddelde de laatste jaren een groei laat zien. Een stand-stil situatie in de vloerproductiviteit zou betekenen dat er niet wordt geanticipeerd op de landelijke trend.

Voor het bindingspercentage is gekozen voor behoud van het huidige percentage van 82,1% en in het optimistisch scenario naar het gemiddelde van vergelijkbare steden én het gemiddelde van de gemeenten in het Stedelijk Gebied Eindhoven (=87%). Bij versterking van de buurtwinkelcentra is het namelijk denkbaar dat de consument door zijn behoefte aan nabijheid vaker de boodschappen in eigen gemeente doet. Wvo staat voor winkelvloeroppervlak.

<b>Marktruimte in 2020 - Dagelijks</b>	<b>Behoudend</b>	<b>Optimistisch</b>
Inwoners	44.875	44.875
Bestedingen per hoofd (€)	2.270	2.270
Bestedingen gecorrigeerd (€)	2.312	2.312
Bestedingspotentieel (€)	103.740.589	103.740.589
Binding (% inwoners dat in eigen gem. winkelt)	82,1%	87,0%
<i>Gebonden omzet</i>	<i>85.171.024</i>	<i>90.254.312</i>
Toevloeiing (% van de bezoeker niet uit V'hoven)	15,0%	15,0%
<i>Toegevoegde omzet</i>	<i>15.030.181</i>	<i>15.927.232</i>
Omzet (€)	100.201.204	106.181.544
Vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	6.925	6.925
Benodigd metrage in 2020	14.470	15.333
Huidig metrage 2014	14.585	14.585
<b>Ruimte voor verandering m<sup>2</sup> wvo in 2020</b>	<b>-115</b>	<b>748</b>

(Bronnen: prognose bevolkingsprognose Noord Brabant (concept), Wijkatlas 2014, Locatus Online, Koopstromenonderzoek SRE 2009, Omzetkengetallen 2011/2012 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek detailhandel.info/HBD)

**Niet-dagelijkse sector**

Ook in de niet-dagelijkse sector is het nodig om eerst de huidige situatie in beeld te brengen.

<b>Situatie 2014 – Niet-dagelijks</b>	
Inwoners	44.154
Bestedingen per hoofd (€)	2.540
Bestedingen gecorrigeerd (€)	2.634
Bestedingspotentieel (€)	116.289.538
Binding (% inwoners dat in eigen gem. winkelt)	51,9%
<i>Gebonden omzet</i>	<i>60.354.270</i>
Toevoeiing (% van de bezoeker niet uit V'hoven)	38,0%
<i>Toegevoeide omzet</i>	<i>36.991.327</i>
Omzet (€)	97.345.597
Aanbod in m <sup>2</sup> wvo	61.825
Vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	1.575

In de niet-dagelijkse sector is de invloed van andere factoren wellicht nog groter. De consument bezoekt niet zozeer een winkel, maar meer een winkelgebied. De kwaliteit van het winkelgebied (o.a. sfeer, beleving, branchering en veiligheid) bepalen te aantrekkelijkheid van het gebied en dus ook hoe goed de winkels kunnen functioneren. Toch geldt ook hier dat het mogelijk is een marktruimte te berekenen, maar wordt wederom een range aangehouden.

Voor de vloerproductiviteit is gekozen dit op het huidig niveau te handhaven, aangezien het landelijk economisch functioneren de laatste jaren ook nagenoeg constant is. Voor het bindingspercentage is gekozen voor afname van het bindingspercentage naar het gemiddelde van het Stedelijk Gebied Eindhoven<sup>5</sup>. Als vol wordt ingezet op de aantrekkelijkheid van de winkelgebieden City Centrum en Kromstraat middels het COPr en Centrummanagement zou het mogelijk moeten kunnen zijn het huidig bindingspercentage te handhaven. Groei van het bindingspercentage is niet het realistisch omdat deze landelijk gezien ook al onder druk staat (vanwege trends als internetverkoop e.d.) Daarnaast zal het hoofdwinkelcentrum City Centrum het effect merken van sterkere supermarkten in de wijk. Het aantal combinatiebezoeken tussen dagelijks en niet-dagelijks neemt af.

<b>Marktruimte in 2020 – Niet-dagelijks</b>	<b>Afname</b>	<b>Behoudend</b>
Inwoners	44.875	44.875
Bestedingen per hoofd (€)	2.540	2.540
Bestedingen gecorrigeerd (€)	2.634	2.634
Bestedingspotentieel (€)	118.188.454	118.188.454
Binding (% inwoners dat in eigen gem. winkelt)	45,2%	51,9%
<i>Gebonden omzet</i>	<i>53.421.181</i>	<i>61.339.808</i>
Toevoeiing (% van de bezoeker niet uit V'hoven)	38,0%	38,0%
<i>Toegevoeide omzet</i>	<i>32.742.014</i>	<i>37.595.366</i>
Omzet (€)	86.163.196	98.935.174
Vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	1.575	1.575
Benodigd metrage in 2020	54.707	62.816
Huidig metrage 2014	61.825	61.825
<b>Ruimte voor verandering m<sup>2</sup> wvo in 2020</b>	<b>-7.118</b>	<b>991</b>

<sup>5</sup> In dit geval weggelaten: Eindhoven (binnenstad, status aparte) en Waalre (kern met amper aanbod)

## **Regionale afstemming**

Binnen het Stedelijk Gebied Eindhoven (Best, Eindhoven, Geldrop-Mierlo, Helmond, Nuenen c.a., Oirschot, Son en Breugel, Veldhoven en Waalre) is een Detailhandelsvisie Stedelijk Gebied MRE in voorbereiding. Deze regionale visie beschrijft dat het detailhandelsaanbod in de regio moet aansluiten bij de Brainport-ambities. Wil deze regio haar kenniswerkers tevreden stellen moet zij ernaar streven dat het regionaal voorzieningenniveau excelleert. Twee gebieden worden aangewezen die de potentie hebben door te groeien tot de 'top van de retailpiramide', dit zijn de binnenstad van Eindhoven als het gaat om de recreatieve winkelfunctie en Meubelboulevard Ekkersrijt in Son als het gaat om winkelen op het vlak van 'home&living'. Daarnaast zet de visie in op beleidsmatige voorrang voor de bestaande winkelgebieden boven nieuwe ontwikkellocaties.

Ter uitvoering van deze Detailhandelsvisie Stedelijk Gebied MRE is een regionale uitvoeringsagenda detailhandel in voorbereiding. Beide documenten worden nog ter besluitvorming aan de regionale gremia voorgelegd.

Vooralsnog zijn er geen redenen om aan te nemen dat beide visies strijdig zijn met elkaar. Lokaal en regionaal detailhandelsbeleid vullen elkaar aan, lokaal beleid gaat over alle detailhandelslocaties binnen de gemeente en het regionale beleid vooral over de grote concentraties.

### **Veldhoven City Centrum**

Het City Centrum wordt samen met de centra van Best, Geldrop en Oirschot beschreven als een lokaal tot beperkt regionaal verzorgend centrum. Uitgangspunt is het optimaliseren van de functie, een verdere versterking van de functie wordt niet voorgestaan. Plannen dienen te worden afgestemd op schaal van de eigen gemeente. Vanaf welk metrage afstemming in de regio verplicht is, moet nog worden bepaald.

### **Tuincentra en bouwmarkten**

In de Detailhandelsvisie Stedelijk Gebied MRE wordt de Run 3000 niet als Perifere Detailhandels Vestigings-locatie (pdv-locatie) genoemd. Dit om reden dat een definitie wordt aangehouden van minimaal 5 grootschalige pdv-winkels. De Run 3000 telt er op dit moment slechts 4. Over grootschalige tuincentra en bouwmarkten is wel opgenomen dat hierover regionale afstemming dient plaats te vinden bij uitbreiding of verplaatsing groter dan 2.500m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak.



## Bijlage 1: indeling branches

Sector	Branchegroep	Branche
Dagelijks	Dagelijks	Levensmiddelen Persoonlijke verzorging
Niet dagelijks	Mode en luxe	Warenhuis Kleding en mode Schoenen en lederwaren Juwelier en optiek Huishoudelijk en luxe Antiek en kunst
	Vrije tijd	Sport en spel Hobby Media
	In/om het huis	Dier en plant Bruin- en witgoed Fietsen en autoaccessoires Doe-het-zelf Wonen
	Overige detailhandel	Overige detailhandel