



# Ruimte. Mensen. Toekomst.

**Detailhandels- en horecavisie  
gemeente Veldhoven**

*Groei en transitie benutten voor leefbaarheid*

Definitief



# colofon

projectnaam  
Detailhandels- en horecavisie gemeente Veldhoven

datum  
4 januari 2024

projectnummer  
P06065

opdrachtgever  
Gemeente Veldhoven

BRO  
projectleider  
FWi

projectteam  
RvL, CSe & RKo

bron kافت  
BRO

Boscheweg 107  
5282 WV Boxtel  
+31 (0)411 850 400  
info@bro.nl  
www.bro.nl



# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>4</b>	5.6.4	Horeca & gezondheid	31	
	1.1	Aanleiding	5	5.6.5	Blurring mogelijk binnen wettelijke kaders	31
	1.2	Doel en belang	5	5.6.6	Investeren in aantrekkelijke terrassen	32
	1.3	Participatie	5	5.6.7	Stimuleren en versterken duurzaamheid	32
	1.4	Toekomstbestendige keuzes	5	5.6.8	Paracommerciële horeca	32
<b>2</b>	<b>Samenvatting</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>Uitwerking visie op gebiedsniveau</b>	<b>33</b>	
			6.1	Visie functionele structuur Citycentrum	34	
			6.2	Visie op buurt-/wijk- en perifere centra Veldhoven	37	
			6.3	Visie functionele structuur Kromstraat	37	
<b>3</b>	<b>Analyse</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>Uitvoering</b>	<b>41</b>	
	3.1	Conclusie analyse	11	7.1	Samenwerking	42
<b>4</b>	<b>Trends</b>	<b>18</b>	7.2	Acties gemeente Veldhoven	42	
	4.1	Betekenis boodschappen doen	19	7.2.1	Programma en Omgevingsplan	42
	4.2	Betekenis recreatief winkelen	20	7.2.2	Saneren plancapaciteit	42
	4.3	Betekenis horeca	21	7.2.3	Verkennen voorzieningenlocatie Zilverackers	43
	4.4	Betekenis doelgericht winkelen	23	7.2.4	Realiseren terrassen Citycentrum	43
			7.2.5	Handhaving	43	
			7.2.6	Woningbouw en groei aantal inwoners	43	
<b>5</b>	<b>Visie en toetsingskader</b>	<b>24</b>	7.3	Acties ondernemers	43	
	5.1	Regionale uitgangspunten detailhandel	25	7.4	Acties vastgoedeigenaren	43
	5.2	Gemeentelijke uitgangspunten	25			
	5.3	Leidende principes	26	<b>Bijlage 1 - Analyse detailhandel en leegstand</b>		
	5.4	Focus detailhandels- en horecabeleid	27			
	5.5	Beleidsdoelen detailhandel	27	<b>Bijlage 2 - Analyse horeca</b>		
	5.5.1	Concentratie van detailhandel in centra	27			
	5.5.2	Innovatie en vernieuwing faciliteren	28	<b>Bijlage 3 - Horeca aanbod Citycentrum</b>		
	5.5.3	Compacte centrumgebieden	28			
	5.5.4	Complete centrumgebieden	28	<b>Bijlage 4 - Doelgroepen analyse</b>		
	5.5.5	Comfortabele centrumgebieden	29			
	5.5.6	Saneren overtollige en ongewenste plancapaciteit	29	<b>Bijlage 5 - Marktruimte berekening detailhandel</b>		
	5.5.7	Volumineuze detailhandel concentreren	29			
	5.5.8	Overige vormen detailhandel	30	<b>Bijlage 6 - Begrippenlijst</b>		
	5.6	Beleidsdoelen horeca	30			
	5.6.1	Concentratie van horeca in centra	30			
	5.6.2	Focus op bruisende kwaliteit en diversiteit	30			
	5.6.3	Balans tussen leefbaarheid en levendigheid	31			

# 1 Inleiding



## 1.1 Aanleiding

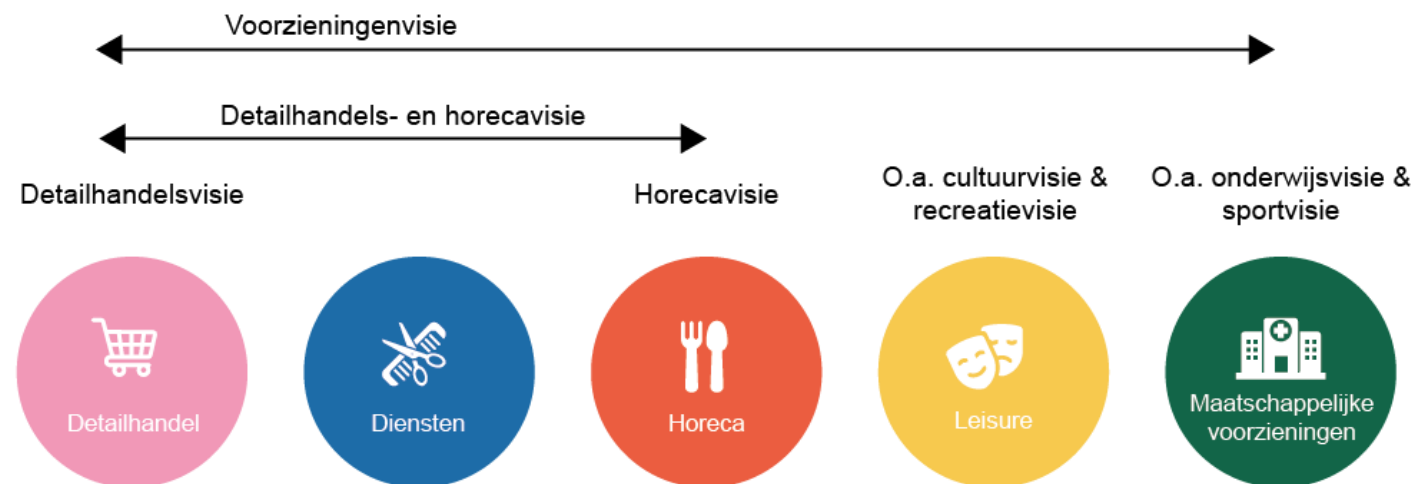
De regionale detailhandelsvisie uit 2015 was voor de gemeente Veldhoven altijd een belangrijk toetsingskader voor nieuwe detailhandelsinitiatieven. Dit was destijds vertaald naar het lokale detailhandelsbeleid, genaamd “*Meebewegen binnen kaders*”. De oude detailhandelsvisie is inmiddels sterk verouderd. De gemeente Veldhoven groeit qua woningbouw en aantal inwoners sneller dan destijds verwacht. Ook de regio als geheel ontwikkelt zich snel. Mede naar aanleiding van dit laatste is in 2023 de regionale detailhandelsvisie van het Stedelijk Gebied Eindhoven (SGE) geactualiseerd. Hierin is beleid grotendeels gecontinueerd, maar zijn ook nieuwe keuzes gemaakt.

Sinds 2019 wordt de gemeente Veldhoven bovendien geconfronteerd met diverse horeca aanvragen, met name gericht op fastservice en afhalen/bezorgen. Het detailhandelsbeleid biedt hier geen kader voor en specifiek horecabeleid is niet aanwezig. Initiatieven in de horeca kunnen daardoor evenmin goed afgewogen worden.

## 1.2 Doel en belang

Naar aanleiding van het bovenstaande is een nieuwe gemeentelijke detailhandels- en horecavisie opgesteld (zie figuur). Hierin zijn de ruimtelijke kaders opgenomen waarbinnen winkels, horeca en publieksgerichte dienstverlening zich kunnen vestigen. De visie schetst het perspectief voor de komende 10 tot 15 jaar. Deze integrale thematische visie is het primaire beleidskader voor nieuwe initiatieven op het gebied van commerciële publieksvoorzieningen, met de focus op winkels, horeca en commerciële dienstverlening. Dit beleidskader moet worden beschouwd als Programma onder de Omgevingswet. Deze visie is een nadere uitwerking van de regionale detailhandelsvisie SGE.

## Voorzieningenbeleid in de verschillende sectoren



## 1.3 Participatie

Deze visie is in nauwe samenwerking met externe belanghebbenden, zoals ondernemers en vastgoedeigenaren tot stand gekomen. Ook is via het Koopstromenonderzoek 2021 rekening gehouden met input van bewoners en bezoekers (866 ingevulde enquêtes). Tijdens de totstandkoming van deze visie zijn meerdere participatiemomenten geweest in verschillende vormen, zoals een begeleidingsgroep, een klankbordgroep, meerdere avondsessies en diverse bilaterale gesprekken met ondernemers en vastgoedeigenaren. Bovendien heeft afstemming plaatsgevonden met het proces rondom het Masterplan voor het Citycentrum.

## 1.4 Toekomstbestendige keuzes

In deze visie zijn diverse toekomstgerichte keuzes gemaakt die van invloed zijn op inwoners, ondernemers en vastgoedeigenaren. Denk aan de mogelijkheden voor supermarkten en de uitgangspunten voor een

toekomstbestendig Citycentrum. De gemeente heeft een belangrijke taak om een toekomstbestendige detailhandels- en horecastructuur te

borgen in het kader van het algemeen belang. Dit doet de gemeente primair via het bestemmingsplan c.q. het omgevingsplan. Dit wordt ook wel uitnodigingsplanologie genoemd. De keuzes en visie zullen niet vandaag op morgen gerealiseerd kunnen worden. Het vraagt een lange adem. Bieden van duidelijkheid en vasthouden aan keuzes voor de lange termijn is essentieel voor marktpartijen om langjarige investeringen te kunnen doen. Een goede dialoog tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren (gouden driehoek) is belangrijk voor de uitvoering van deze visie.

Daar waar de opgaven het grootst zijn is een meer proactieve rol van de gemeente gewenst. Dit geldt met name voor de herontwikkeling van het Citycentrum. Via het Masterplan stuurt de gemeente proactief op een toekomstbestendig en aantrekkelijk centrumgebied.

## 2 Samenvatting

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste beleidsuitgangspunten en keuzes samengevat.



### Veldhoven groeit...

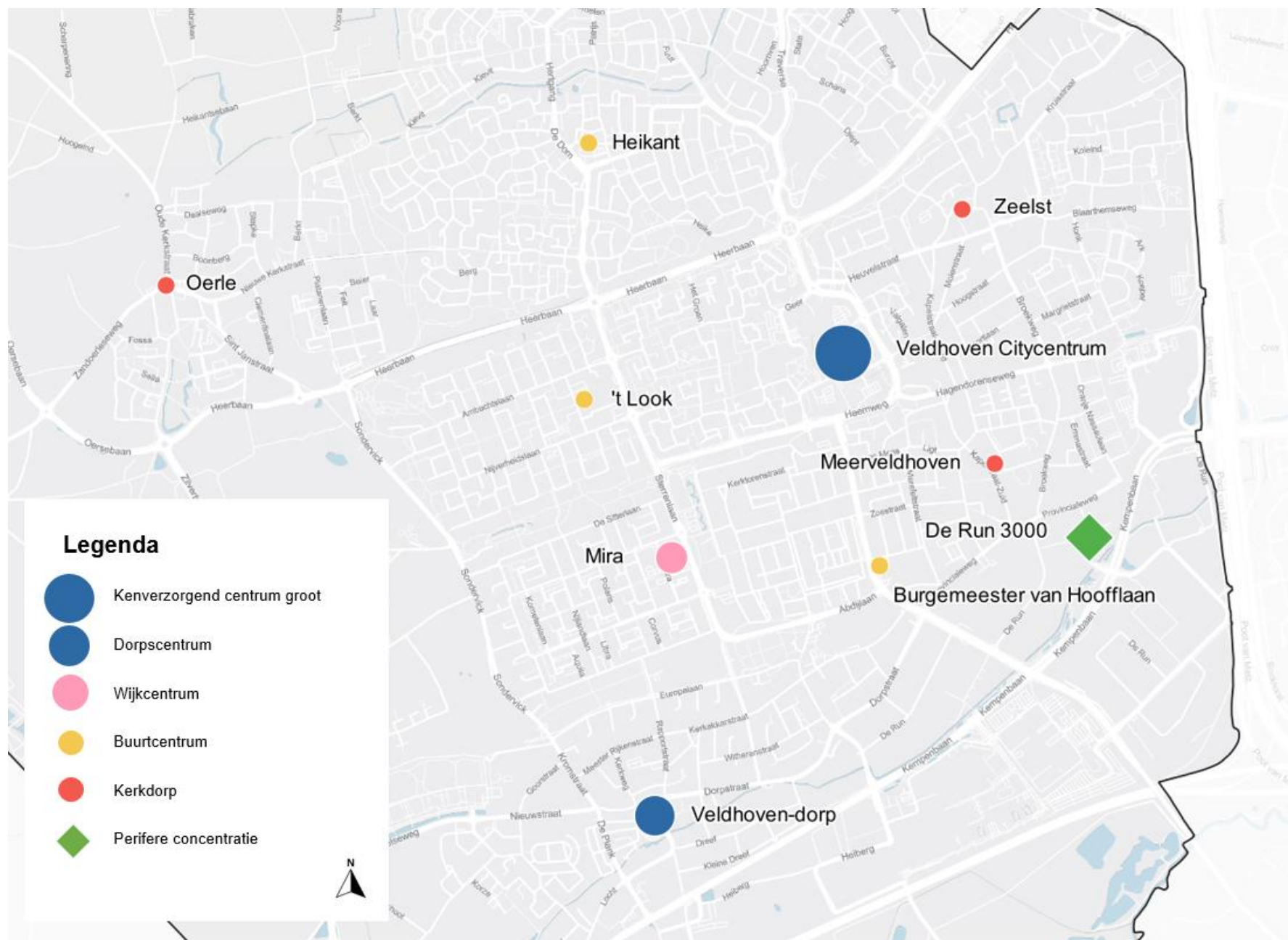
Veldhoven gaat de komende jaren flink groeien en verdichten. De komende 10 jaar komen er circa 10.000 inwoners bij. Ook na 2035 blijft Veldhoven groeien. Om deze nieuwe inwoners te kunnen huisvesten en de huishoudensverdunning op te vangen zet Veldhoven in op een ambitieus woningbouwprogramma. In de Omgevingsvisie (Veldhoven, 2022) is dit nader uitgewerkt. Hieruit blijkt onder meer dat sterk wordt ingezet op gezondheid en duurzaamheid. Dit hangt samen met de energietransitie, mobiliteitstransitie en de ambitie om te komen tot meer groen en ecologische kwaliteiten. Deze opgaven hebben ook invloed op het voorzieningenbeleid ten aanzien van detailhandel, horeca en diensten. De gemeente Veldhoven geeft via dit beleid duidelijkheid aan ondernemers, vastgoedeigenaren en ontwikkelaars waar wel of geen mogelijkheden liggen voor vernieuwing, uitbreiding en/of verbouwing.

### ...dus meer behoefte aan winkel- en horecameters

De groei van het aantal inwoners leidt tot meer economisch draagvlak, waardoor winkels en horeca beter kunnen functioneren. In sommige gebieden, waar veel inwoners bij komen, ontstaat behoefte aan meer aanbod. Ook de kwaliteit van het aanbod verandert als gevolg van een veranderende vraag van de consument en trends, zoals online winkelen en schaalvergroting. Ondernemers en vastgoedeigenaren moeten kunnen innoveren en vernieuwen om relevant te blijven. De gemeente Veldhoven wil dit graag stimuleren op de vanuit de voorzieningenstructuur meest wenselijke plekken en op basis van economisch draagvlak.

### Voorzieningsniveau aanpassen op groei en verandering bevolking

In de gemeente Veldhoven zijn verschillende winkel- en horecagebieden aanwezig met ieder een eigen functie en kwaliteit. Deze zogenaamde complementariteit tussen voorzieningenconcentraties is een groot goed en willen we graag behouden. Samengevat betekent dit het Citycentrum als 'hart' van Veldhoven voor alle inwoners met een breed pakket aan voorzieningen, daaronder enkele bijzondere voorzieningenconcentraties



Figuur 1: Detailhandels- en horecastructuur gemeente Veldhoven

met eveneens een belangrijke lokale ontmoetingsfunctie, zoals het centrum van Veldhoven-dorp (Kromstraat) en het centrum van Zeelst. Daarnaast zijn er enkele kleinere wijkcentra die primair voorzien in de dagelijkse boodschappen, zoals winkelcentrum Mira, 't Look en Heikant. Voor specifieke artikelen op het gebied van woninginrichting en doe-het-zelf gaan inwoners vooral naar De Run 3000 of Ekkersrijt (Son & Breugel). De centrale ambitie is het voorzieningenaanbod in kwalitatieve en kwantitatieve aan te passen aan de groei en verandering van de bevolking.

### Focus van het detailhandels- en horecabeleid

Focus van het detailhandels- en horecabeleid ligt bij het goed bedienen van de inwoners in de gemeente. Om dit ook in de toekomst goed te kunnen, dient het aanbod de ruimte te krijgen om te innoveren en te vernieuwen. Uiteraard binnen de door de gemeente bepaalde kaders.

1. Focus ligt op versterken van het Citycentrum. Ten aanzien van de voorzieningen ligt hier de opgave om te komen tot meer diversiteit in de functiemix en trekkracht. Dit wordt idealiter bereikt door toevoeging van (dag-)horeca met terrasfunctie, een versterking van het boodschappen aanbod door onder meer toevoeging van een discountsupermarkt (met randvoorwaarden op het gebied van bereikbaarheid, parkeren en maatvoering) en meer maatschappelijke dienstverlening zoals zorg aan de randen van het centrum.
2. Optimaliseren van de leefbaarheid in de wijken door te voorzien in toekomstbestendig boodschappenaanbod dicht bij (nieuwe) inwoners. Ten opzichte van de huidige situatie is modernisering en/of relocatie van supermarkten noodzakelijk om toekomstbestendig te blijven én te voorzien in een toekomstige behoefte. Het beleid biedt hiervoor ruimte, mits dit geen afbreuk doet aan de ambitie van het Citycentrum en op andere gebieden in Veldhoven en omgeving.
3. Samenwerking in de vorm van structureel overleg tussen de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren is essentieel om te komen tot uitvoering. Met name de samenwerking met en tussen de

horeca op specifieke thema's als terrassen, veilig uitgaan, verantwoord alcoholgebruik, portiers, paracommercie, integriteit, evenementen, et cetera vraagt extra aandacht.

### Beleidsuitgangspunten detailhandel en horeca

Versterken van de detailhandel en horeca zijn gewenst. De gemeente Veldhoven juicht (lokaal) ondernemerschap toe. Dit is ook nodig om de toekomst aan te kunnen. Er gelden wel 'spelregels' om het algemeen belang te borgen en bovendien te zorgen voor een gelijk speelveld.

#### Algemeen

- **Innovatie en vernieuwing moet de ruimte krijgen:** de gemeente Veldhoven staat positief tegenover innovatie en vernieuwing. Dit is noodzakelijk om relevant te blijven. Er zit echter een grens aan kwantitatieve groei aan meters, de vernieuwing en innovatie moet vooral in kwalitatieve zin bereikt worden. Binnen concentratiegebieden krijgen ondernemers in de dagelijkse sector volop de ruimte.
- **Compacte centrumgebieden:** de gemeente Veldhoven streeft naar compacte centrumgebieden. Dit betekent dat winkels, horeca en andere publieksgerichte voorzieningen zoveel mogelijk aaneengesloten moeten vestigen, zodat een bruisende omgeving/plint ontstaat. Onderbrekingen in de plint met niet-publieksfuncties is niet gewenst. Een 'gatenkaasstructuur' dient voorkomen te worden.
- **Complete centrumgebieden:** de gemeente Veldhoven streeft naar een compleet aanbod aan voorzieningen in de centrumgebieden, binnen het profiel en de verzorgingsfunctie.
- **Comfortabele centrumgebieden:** de gemeente Veldhoven streeft naar centra die goed bereikbaar zijn voor alle doelgroepen, waaronder mensen die minder mobiel zijn, voldoende rustplekken, meer groen en beleving en zo min mogelijk 'drempels'.
- **Stimuleren en versterken duurzaamheid:** de gemeente juicht duurzaamheidsmaatregelen van ondernemers toe, zowel op het gebied van de inrichting, van het menu, het terras (horeca) en het vastgoed. Duurzaamheid voorziet in de behoefte van de consument,

maar is ook noodzakelijk in het kader van gezondheid en bredere klimaatadaptatiedoelstellingen.

#### Detailhandel

- **Concentratie detailhandel is uitgangspunt:** de gemeente Veldhoven blijven streven naar concentratie van detailhandel in de centra. Door winkels te concentreren profiteren ondernemers van synergievoordelen wat goed is voor het economisch functioneren. De consument ervaart gemak en efficiëntie en kan winkels en andere voorzieningen combineren. Ook mobiliteit wordt geclusterd.
- **Reduceren plancapaciteit detailhandel:** de gemeente Veldhoven gaat actief aan de slag met het saneren van (harde) plancapaciteit van supermarkten en andere vormen van detailhandel op ongewenste, onbenutte en potentieel structuur verstorende locaties, zoals op bedrijventerreinen of andere solitaire plekken.
- **Volumineuze detailhandel concentreren De Run 3000:** de gemeente Veldhoven faciliteert detailhandel in volumineuze goederen primair op De Run 3000 (lokaal) en op Meubelboulevard Ekkersrijt (regionaal, gemeente Son & Breugel). Veldhoven streeft in flankerend beleid naar toekomstbestendige werklocaties voor bedrijven, die van essentieel belang zijn voor de werkgelegenheid en Brainport economie. Dit betekent dat terughoudend wordt omgegaan met solitaire detailhandel en horeca op bedrijventerreinen om ruimte vrij te houden voor bedrijvigheid.
- **Maatwerk voor overige vormen van detailhandel:** de gemeente Veldhoven hanteert het regionale detailhandelsbeleid als uitgangspunt ten aanzien van overige vormen van detailhandel. Dit betekent binnen voorwaarden maatwerk voor onder meer afhaalpunten, detailhandel als nevenactiviteit, boerderijwinkels, blurring, etc.



## Horeca

- **Concentratie in centra:** vergelijkbaar met winkels streeft de gemeente Veldhoven ook voor horeca naar concentratie in de centrumgebieden, met het Citycentrum, het centrum van Veldhoven-dorp (Kromstraat) en het centrum van Zeelst voorop.
- **Focus op bruisende kwaliteit en diversiteit:** hoewel er marktruimte bestaat in Veldhoven voor nieuwe horeca, moet de focus liggen op het toevoegen van meer kwaliteit en diversiteit in aanbod dat een bijdrage levert aan de verblijfs- en ontmoetingsfunctie van het Citycentrum en het centrum van Veldhoven-dorp (Kromstraat). Een verdere toename van afhaal- en bezorghoreca in de categorie fast-food is niet wenselijk.
- **Balans tussen leefbaarheid en levendigheid:** met name avond- en nachthoreca kan op gespannen voet staan in woongebieden, door onder andere geluid- en geuroverlast. Het beleid streeft naar een goede balans tussen enerzijds een leefbaar woonklimaat, maar anderzijds voldoende levendigheid in de centra.
- **Aandacht voor alcoholmatiging, gokverslaving en drugsgebruik:** “Alcohol maakt meer kapot dan je lief is” is een slogan die actueel is. De gemeente, het bedrijfsleven en paracommerciële instellingen (alle vergunninghouders) hebben gezamenlijk een verantwoordelijkheid om de gezondheid van inwoners te bewaken.
- **Investeren in aantrekkelijke terrassen:** terrassen zorgen voor levendigheid en dragen bij aan de sociale functie van de horecasector en de uitstraling van centra. De gemeente zet in samenwerking met de horecasector in op moderne en toekomstbestendige terrassen.
- **Eerlijke concurrentie, gelijk speelveld horeca:** de gemeente voert een actief beleid om oneerlijke concurrentie tegen te gaan en daarmee het bestaansrecht van de horeca te ondersteunen. Dit beleidsdoel heeft betrekking op de relatie tussen reguliere en paracommerciële horeca bij onder meer sportverenigingen.

## **Wat is het verschil met het oude beleid?**

De oude detailhandelsvisie van de gemeente Veldhoven “*Meebewegen binnen kaders*” uit 2015 bevat veel uitgangspunten die gecontinueerd zijn in de nieuwe detailhandels- en horecavisie. Denk aan het belang van concentratie van voorzieningen in centra en het behoud van een bepaalde hiërarchie in de detailhandelsstructuur om op elk niveau en voor elke doelgroep passend aanbod te creëren. Continuering van deze hoofdlijnen is belangrijk voor coherent en systematisch beleid, zodat bij marktpartijen duidelijkheid is over langjarige investeringen.

De detailhandelsvisie van de gemeente Veldhoven uit 2015 had een sterk kwantitatieve insteek. Op basis van indicatieve marktruimteberekeningen voor detailhandel werden maximale metrages toebedeeld aan centra, met een focus op het Citycentrum voor uitbreiding van het winkelaanbod. Deze nieuwe visie hanteert meer kwalitatieve toetsingscriteria waaraan initiatieven getoetst worden. Dit maakt het beleid meer flexibel en toekomstbestendig. De bestaande structuur was uitgangspunt en vernieuwing werd niet echt werd aangemoedigd. In de nieuwe visie zijn de bestaande centra in de wijken nog steeds uitgangspunt, maar de nieuwe visie staat meer open voor eventuele relocatie van bijvoorbeeld supermarkten, gekoppeld aan nieuwe woningbouw. Ook innovatie en vernieuwing wordt in de nieuwe visie meer aangemoedigd.

## **Wat is de rol van de provincie en regio?**

In de Regionale Detailhandelsvisie Stedelijk Gebied Eindhoven (BRO, 2023) zijn de hoofduitgangspunten voor detailhandel vastgelegd. De beleidsdoelen van de gemeente Veldhoven vloeien hieruit voort. Hierin zijn ook de beleidsuitgangspunten van de provincie betrokken. Specifiek geldt dat initiatieven vanaf een bepaalde omvang en op specifieke locaties afgestemd moeten worden binnen deze subregio, via een (verplicht) advies van de Retail Adviescommissie Detailhandel (RACD). Doel hiervan is om ongewenste gemeente overstijgende effecten te voorkomen en een betere regionale samenwerking te stimuleren.

## **Hoe gaan we de ambities en beleidsdoelen realiseren?**

Een goede samenwerking tussen de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren is essentieel om tot uitvoering te komen. De gemeente is verantwoordelijk voor het omgevingsplan en de omgevingsvergunningen en bepaalt waar voorzieningen wel/niet zijn toegestaan en kan eisen stellen aan bijvoorbeeld de branchering, het parkeren en de uitstraling. Handhaving is het sluitstuk in de borging van wat wel en niet mag. Concreet pakt de gemeente het volgende actief op.

- Uitwerken omgevingsplan gemeente Veldhoven, met daarin aandacht voor saneren ongewenste plancapaciteit voor detailhandel buiten aangewezen concentratiegebieden.
- Investeren in de openbare ruimte van het Citycentrum om een aantrekkelijker, groener, goed bereikbaar en leefbaarder ‘hart voor Veldhoven’ te krijgen. Tevens is de gemeente initiator van het Masterplan.

Het is (ook) aan ondernemers en vastgoedeigenaren om kansen en opgaven uit deze visie op te pakken. Als initiatieven passen binnen de ambities en het beleid van de gemeente, pakt de gemeente haar rol om deze juridisch planologisch te faciliteren in de vorm van een omgevingsvergunning of een aanpassing van het omgevingsplan.

## **Hoe lang geldt dit beleid?**

Ambities en beleid worden niet snel aangepast, om continuïteit en duidelijkheid te garanderen. Deze visie geeft duidelijkheid en maakt keuzes, wat maakt dat marktpartijen langjarige investeringen kunnen doen. De looptijd van deze visie is circa 10 jaar. Rond die tijd is actualisatie zeker nodig. Ook tussentijds zal een evaluatiemoment worden ingebouwd om te kijken waar bijgestuurd moet worden op basis van eventuele nieuwe trends en ontwikkelingen. Het beleid is nooit volledig in beton gegoten, maar biedt de kaders waarbinnen marktpartijen kunnen investeren en waarbinnen de gemeente initiatieven kan toetsen.

### 3 Analyse

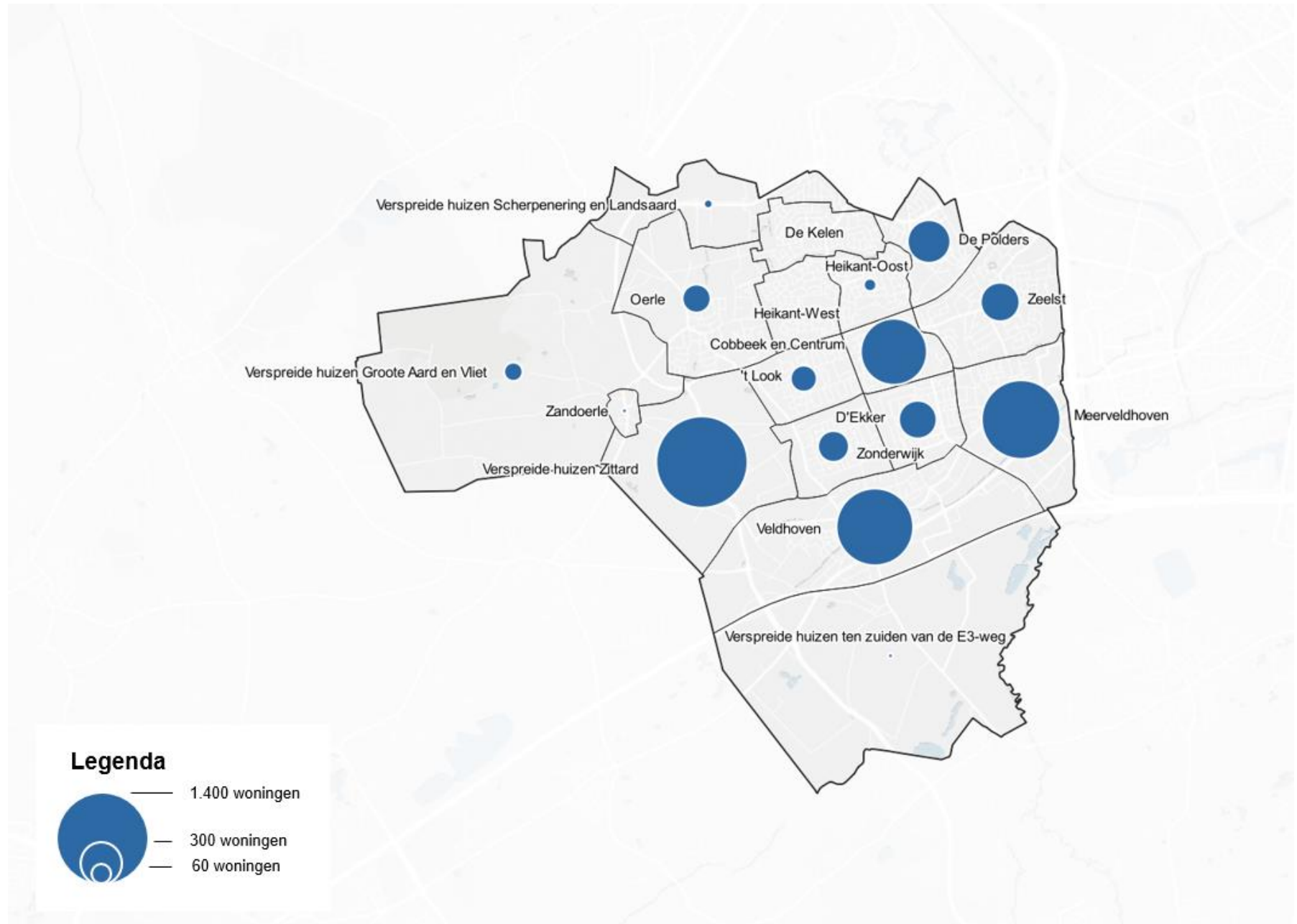
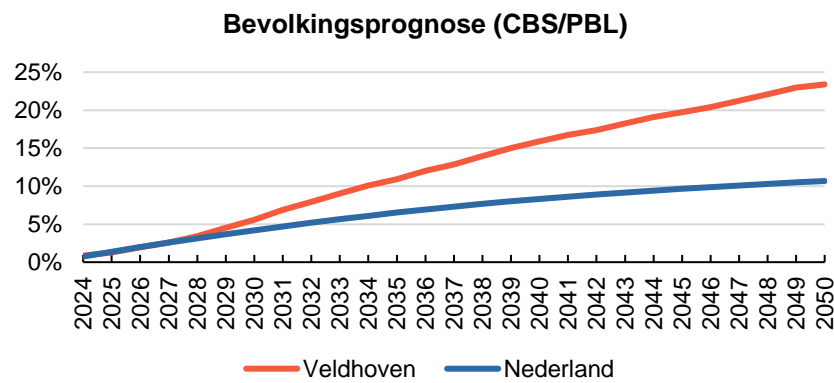
In het analysehoofdstuk zijn de belangrijkste conclusies ten aanzien van verschillende thema's zoals demografie, de woningbouwplannen, aanwezige doelgroepen en het reeds gevestigde detailhandels- en horeca aanbod opgenomen. De feiten en cijfers die ten grondslag liggen aan de conclusies zijn opgenomen in bijlage 1 van deze visie.



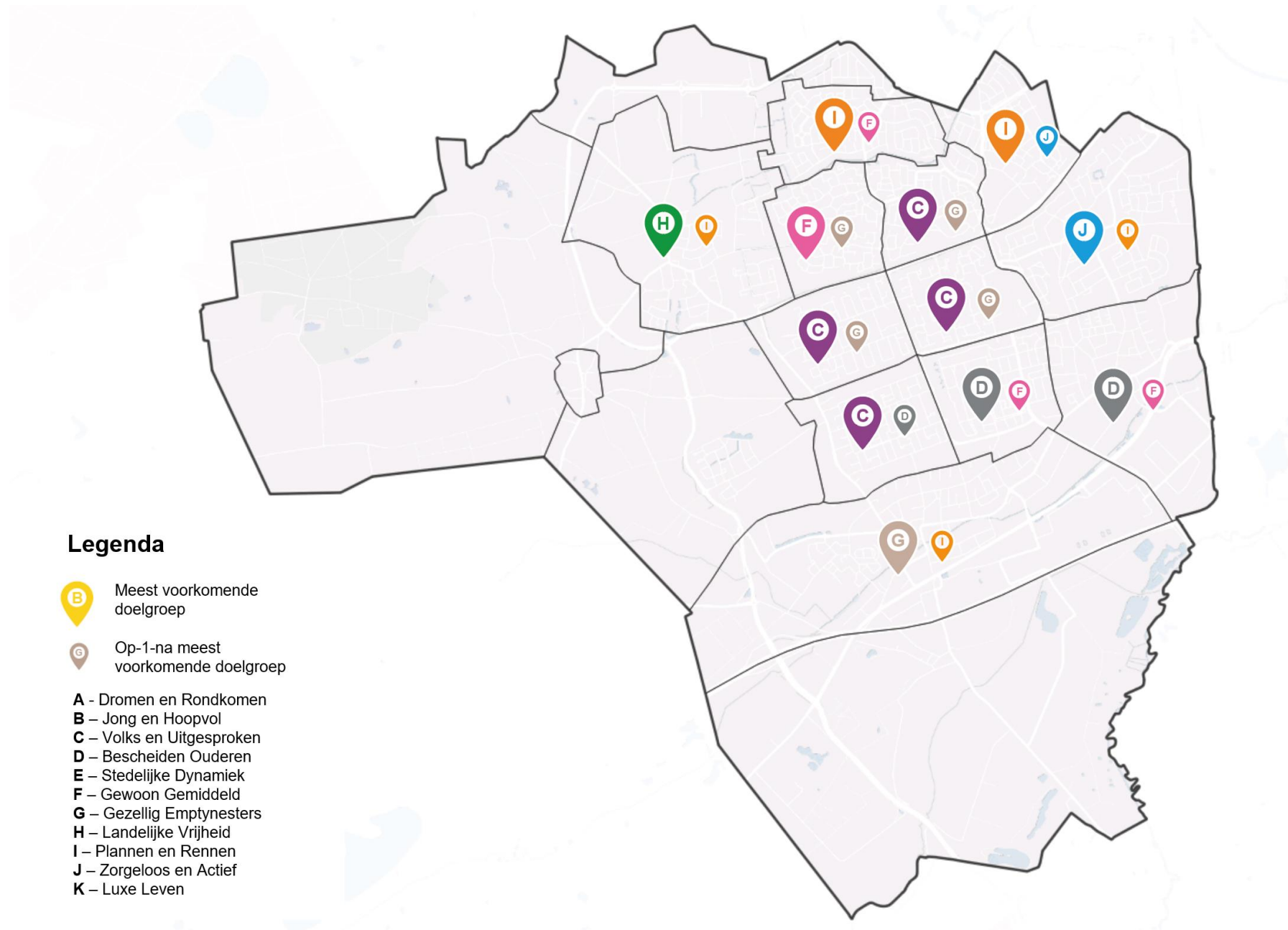
### 3.1 Conclusie analyse

#### Demografie: forse bevolkingsgroei

- Het aantal inwoners in de gemeente Veldhoven neemt de komende jaren fors toe. Op basis van de meest recente bevolkingsprognoses van het CBS/PBL is de verwachting dat de gemeente Veldhoven in 2035 circa 51.700 inwoners telt. Dit is een toename van 13% ten opzichte van 2022. Dit sluit aan op de ambities zoals vastgelegd in het Verstedelijkingsakkoord Stedelijk Gebied Eindhoven.
- Wanneer het aantal inwoners berekend wordt op basis van de woningbouwplannen en de gemiddelde huishoudensgrootte in Veldhoven bedraagt het aantal inwoners in 2035 zelfs 58.645. Dit is een optelling van alle zachte en harde woningbouwplannen. Het merendeel van deze woningbouwplannen zijn eensgezinds koopwoningen in het duurdere segment.
- De groei van het aantal inwoners in Veldhoven is fors hoger dan het landelijk gemiddelde. Meer inwoners betekent meer economisch draagvlak voor voorzieningen. In is de bevolkingsontwikkeling in de gemeente Veldhoven afgezet tegen de ontwikkeling van het aantal inwoners landelijk.
- Figuur 2 toont de reeds bekende zachte en harde woningbouwplannen binnen de gemeente Veldhoven. De kaart geeft een goede indicatie waar de meeste nieuwe inwoners terecht komen en waar



Figuur 2: Aantal woningbouwplannen per buurt.



Figuur 3: Whize doelgroepen per buurt.

lokaal het meeste extra draagvlak ontstaat. Met name in de buurt 'Verspreide huizen Zittard' neemt het aantal woningen fors toe, door plannen zoals Huysackers, Bosackers en Zilverackers. Ook in de buurten 'Cobbeek en Centrum', Meerveldhoven en Veldhoven neemt het aantal inwoners de komende jaren fors toe.

#### Gemiddelde samenstelling van verschillende doelgroepen

- Qua type bevolking is Veldhoven momenteel redelijk gemiddeld. Er is een diverse mix van verschillende aanwezige doelgroepen. Iedere doelgroep heeft zijn eigen kenmerken en behoeftes. In de bijlage is een overzicht opgenomen met deze voorkeuren. Op basis van het Whize model zijn in Veldhoven 5 dominanten doelgroepen te onderscheiden:
  - C - Volks en Uitgesproken (16%)
  - F - Gewoon Gemiddeld (15%)
  - G - Gezellige Emptynesters (16%)
  - I - Plannen en Rennen (16%)
  - J - Zorgeloos en Actief (15%)
- Figuur 3 toont per buurt de meest voorkomende doelgroepen. Ook de op-1-na meest voorkomende doelgroep is weergegeven. De verschillen per wijk zijn groter.
  - In de centraal gelegen buurten in Veldhoven zoals Heikant, 't Look, Zonderwijk en Cobbeek wonen de gemiddelde Veldhovenaars. Mensen die een normaal, eenvoudig en alledaags leven leiden met een modaal inkomen en behoefte hebben aan sociaal contact in de eigen woonomgeving.
  - Veldhoven-dorp en Oerle en ook buurten zoals De Kelen en De Polders kennen meer jonge gezinnen die altijd druk zijn met de kinderen en het werk. Gemak en efficiëntie is voor deze doelgroepen belangrijk.
- Deze segmentatie kan in horeca-termen anders uitpakken. Daar kan (zal) één individu in meerdere doelgroepen passen en bij verschillende horecaconcepten passen. Afhankelijk van bijvoorbeeld rol,

tijdstip van de dag en groepssamenstelling. Denk aan de werknemer die een zakelijke lunch heeft, met collega's op stap gaat, als ouder met kinderen horeca bezoekt, met vrienden/innen na sport of met partner een romantische avond.

- De verwachting is dat de werkgelegenheidsgroei bij ASML in combinatie met de woningbouw en bevolkingsgroei zorgt voor meer diversiteit in bevolkingssamenstelling en daarmee de behoeften.

#### Aantal expats neemt fors toe

- De regio trekt veel expats aan uit verschillende delen van de wereld. Deze expats komen vooral te werken bij ASML en aanverwante bedrijven. De herkomst van deze groep is breed en focust zich niet specifiek op één land. Kenniswerkers komen vaak niet alleen, maar met het hele gezin.
- Ondanks het vertrek houdt deze groep een sterke binding met het land van herkomst. Dit betekent dat er behoefte blijft aan vertrouwd aanbod, bijvoorbeeld voor levensmiddelen of kleding.
- De traditionele kenniswerkers die voor een korte(re) periode in Nederland verblijft verdwijnt langzamerhand. Steeds meer expats willen zich permanent vestigen en willen integreren in de Nederlandse maatschappij.
- In veel gevallen wordt verondersteld dat kennismigranten beschikken over veel financiële middelen. Dit beeld moet deels genuanceerd worden. Kenniswerkers maken de eerste periode vaak veel kosten. Denk hierbij aan mogelijke dubbele lasten, de kosten voor de reis naar Nederland en de kosten voor het dagelijks leven. Daar komt bij dat ook kenniswerkers, net als veel Nederlanders, moeite hebben met het vinden van een woning.
- De verwachting naar de toekomst toe is dat het aantal kenniswerkers alleen maar meer zal toenemen gezien de forse ambities van ASML. Ondanks inspanningen om in eigen land meer in te zetten op technisch/specialistisch geschoold personeel blijft de vraag hoog.
- Daarnaast telt de regio ook een grote groep arbeidsmigranten en vluchtelingen. Dit maakt de samenstelling zeer divers. Op basis van

de Monitor Internationals 2010-2020 blijkt dat in de gemeente Veldhoven 250 tot 1.000 kenniswerkers wonen, 250 tot 1.000 arbeidsmigranten, en 100 tot 250 statushouders.

#### Aantal winkels neemt af, verhouding blijft nagenoeg gelijk

- Door de jaren heen is het aantal publieksfuncties in de gemeente Veldhoven gedaald. Ondanks deze daling bleef de functiemix (samenstelling van het aanbod) nagenoeg gelijk. In de figuur rechts is de functiemix in 2022 vergeleken met 2017.
- Vergelijkbaar met de landelijke trend is in Veldhoven zichtbaar dat het aantal verkooppunten in de recreatieve winkelsector is afgenomen (mode, sport, speelgoed, media, etc.). Deze ontwikkeling is met name zichtbaar in het Citycentrum. De overige winkelsectoren (dagelijks en doelgericht) zijn door de jaren heen redelijk stabiel gebleven. Het aantal dagelijkse verkooppunten nam zelfs iets toe, wat ook vergelijkbaar is met de landelijke trend.
- De leegstand in de gemeente Veldhoven is door de jaren heen gestaag gedaald. In 2016 stond circa 5.100 m<sup>2</sup> wvo leeg. In 2022 is de totale leegstand in de gemeente gedaald naar circa 2.900 m<sup>2</sup> wvo. Het leegstandspercentage op basis van het aantal panden is daarmee 5% en het leegstandspercentage op basis van het aantal m<sup>2</sup> wvo 3%. Hiermee is het aandeel leegstand ruim onder het landelijk gemiddelde en vergelijkbare gemeenten.
- Het aantal horecazaken bleef tussen 2016 en 2022 nagenoeg gelijk, wat opvallend is aangezien landelijk sprake was van een sterke groei. Kwalitatief is er wel een verschuiving zichtbaar. Het aantal drankverstrekkers en restaurants nam af, het aantal fastservice zaken (lunchrooms, fastfoodrestaurants en restaurants die zich richten op bezorgen/halen) nam toe. Dit laatste is vergelijkbaar met de landelijke trend.

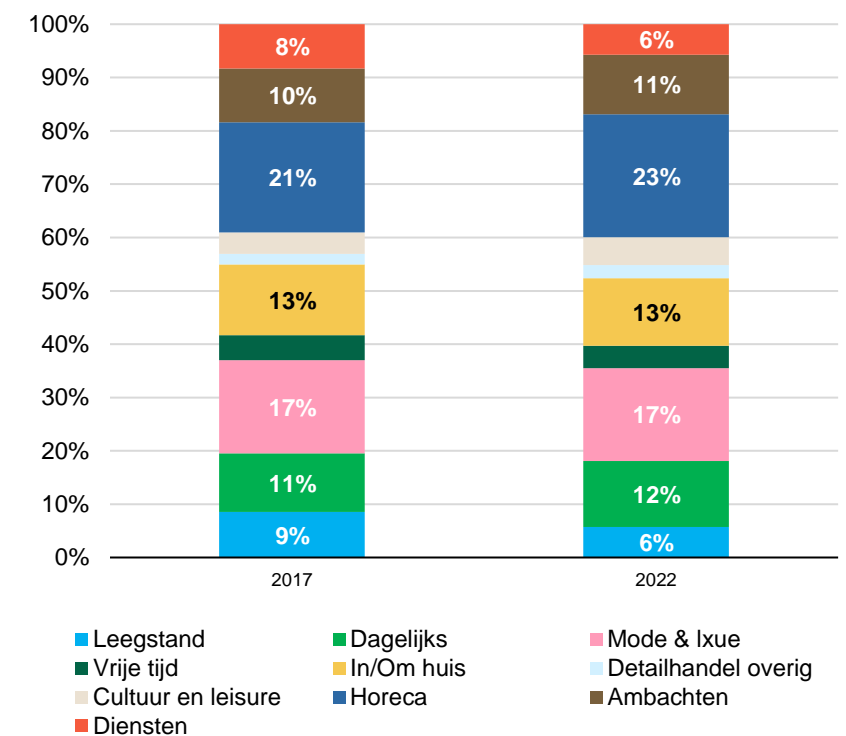
#### Kwaliteiten en opgaven boodschappenstructuur

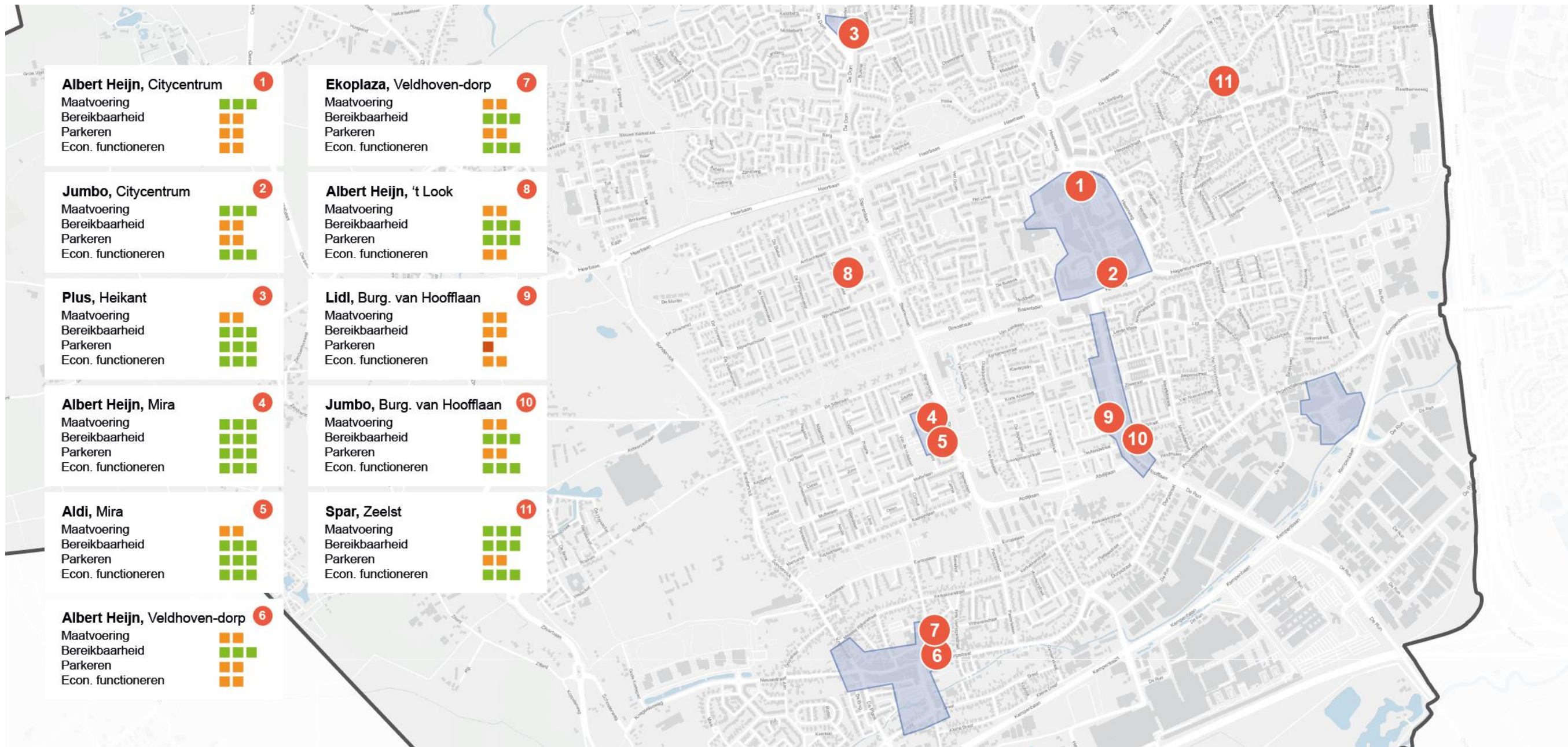
- De buurt- en wijkcentra, zoals winkelcentrum Heikant, Mira, 't Look en de Burgemeester van Hoofflaan, richten zich op aantrekkelijk en

divers boodschappenaanbod. De randvoorwaarden voor supermarkten zijn in diverse gevallen momenteel niet optimaal, wat vaak ook invloed heeft op het economisch functioneren. Hier ligt een opgave (zie volgende pagina).

- Het Citycentrum is het hoofdcentrum van de gemeente en wordt zowel voor (efficiënt) recreatief winkelen als de dagelijkse boodschappen bezocht. In het Citycentrum ligt de grootste opgave om te komen tot een toekomstbestendig centrum (zie hierna). Het centrum van Veldhoven-dorp (Kromstraat) wordt bezocht voor de dagelijkse boodschappen, maar kent vanwege het unieke modische aanbod en horeca ook een recreatieve functie.

Funciemix gemeente Veldhoven





Figuur 4: Kwaliteiten en opgaven bestaande supermarkten

### Kwaliteiten en opgaven Citycentrum en Veldhoven-dorp

In het Koopstromenonderzoek 2021 zijn voor de gemeente Veldhoven totaal 866 volledig ingevulde enquêtes afgenomen onder bewoners en bezoekers. Dit onderzoek gaf inzicht in het koopgedrag van zowel inwoners uit de gemeente als bezoekers aan de gemeente, bezoekmotieven, beoordelingen en wensen. Samenvattend valt het volgende op.

- **Citycentrum:** Het grootste deel van de omzet komt uit de eigen gemeente (circa 80%), waardoor sprake is van een lokale verzorgingsfunctie. Vooral de omvang en samenstelling van het winkelaanbod in combinatie met de bereikbaarheid en (gratis) parkeermogelijkheden zijn kwaliteiten die mensen binden. De ondernemers en gemeente hebben hier gezamenlijk geïnvesteerd door middel van de blauwe zone en dit lijkt in elk geval op basis van de beoordeling van bezoekers uit het koopstromenonderzoek een positief effect te hebben. Toch blijkt uit gesprekken dat de bereikbaarheid niet optimaal is (kruip door, sluip door), zeker voor supermarkten. Mensen beoordelen het centrum met een 7,6. Aanwezigheid van groen en faciliteiten (zoals openbare toiletten) scoren laag. Men komt voor het grootste deel met de auto (bijna 50%) en verblijft het meest tussen 30 en 60 minuten. Dit is een indicatie dat sfeer en beleving niet optimaal is. Men komt redelijk doelgericht en winkelt efficiënt. Hoewel boodschappen doen een belangrijk bezoekmotief is, wordt het centrum vooral sterk voor (specifieke) kleding- en schoenenwinkels bezocht. Er is een zeer beperkt horeca-aanbod. Gezellige (plein-)terrassen ontbreken. Ook dit heeft invloed op verblijfsduur.
- **Veldhoven-dorp:** Het grootste deel van de omzet komt uit de eigen gemeente (circa 80%), maar voor de schaal en omvang is een toevloeiing van 20% aanzienlijk. Dit wordt verklaard door het unieke (modische) winkelaanbod in combinatie met een uitgebreid en divers aanbod horeca in een sfeervolle en aantrekkelijke omgeving. Men beoordeelt de Kromstraat dan ook met een 8, wat bovengemiddeld is. Met name het parkeren en de bereikbaarheid (per OV) wordt iets minder goed beoordeeld. Veel mensen komen te voet en te fiets

(circa 55%). De verblijfsduur varieert, afhankelijk van het bezoekmotief (boodschappen doen of recreatief winkelen met horeca). De supermarkt (Albert Heijn) is een duidelijke trekker.

- De kwaliteiten en opgaven voor het Citycentrum en Veldhoven-dorp blijken ook uit de open antwoorden uit het Koopstromenonderzoek. Op de volgende pagina zijn enkele sprekende citaten opgenomen.

### Kwaliteiten en opgaven De Run 3000

- De Run 3000, bij Groenen, is de concentratie voor een doelgericht winkelbezoek binnen de gemeente. De Run 3000 heeft primair een lokale verzorgingsfunctie, maar Groenen trekt ook bestedingen uit de regio, met name Eindhoven. Groenen is de enige bouwmarkt in de gemeente Veldhoven en heeft daardoor een belangrijke verzorgingsfunctie. Bouwmarkten bezoeken mensen vooral vanwege nabijheid, vergelijkbaar met supermarkten.

### Verspreide en solitaire bewinkeling

- Elders op De Run en in Veldhoven zijn nog diverse andere verspreide doelgerichte winkels gevestigd, zoals kringloopwinkels, winkels in tuin- en dier, keukens- en badkamers en meubels.
- Circa 35% van de omvang van het totale winkelaanbod in Veldhoven is buiten de winkelconcentraties gevestigd. Het gaat om ruim 25.000 m<sup>2</sup> wvo winkelaanbod. Dit is substantieel en betreft met name grootschalige doelgerichte winkels.

### Kwaliteiten en opgaven horecaclusters

- Winkels en horeca zijn in Veldhoven ruimtelijk sterk gescheiden. Voor lunch en diner is vooral veel aanbod in het centrum van Veldhoven-dorp. De avond- en nachthoreca is vooral te vinden in het centrum van Zeelst (of in Eindhoven). Het Citycentrum heeft een zeer beperkte horecafunctie.
- Door de huidige ruimtelijke scheiding is nauwelijks sprake van synergiewerking tussen winkels en horeca. Ondernemers profiteren niet optimaal van elkaar en de consument kan niet op één plek terecht

voor meerdere activiteiten. Het zijn letterlijk en figuurlijk te veel gescheiden werelden. Dit is een gemiste kans.

- Met name in het Citycentrum liggen kansen om de verblijfsfunctie te versterken door onder andere dag- en avondhoreca (met terras) toe te voegen. Denk aan een combinatiebezoek tussen theater-cinema De Schalm met voorafgaand of aansluitend horecabezoek. Ook tijdens het winkelen is behoefte aan een goede lunchroom of koffiezaak met een aantrekkelijke verblijfsmogelijkheid.
- In Zeelst is veel avond- en nachthoreca aanwezig. Deze horeca trekt veel jongeren uit Veldhoven. De toekomst is echter onzeker bij bedrijfsbeëindigingen en gebrek aan opvolging. Ook landelijke trends wijzen uit dat drankverstrekkers, zoals (dans)cafés onder druk staan en in aantal zaken afnemen.
- De nabijheid van een groot horeca-aanbod in Eindhoven hoeft (zeker) geen belemmering te zijn voor Veldhoven om nog lokaal aantrekkelijk horeca-aanbod toe te voegen. Zowel aanbod in formulevorm, wat met name jeugd aantrekt, maar zeker ook zelfstandig aanbod om lokaal te gaan uiteten en gezellige terrassen.



**Bewoners en bezoekers aan het woord**  
*“Citycentrum mist een gezellig plein met meerdere horecazaken voor lunch of koffie. De huidige terrassen zijn niet mooi en niet gezellig. Er is geen sfeer in het centrum.”*

*“Het ontbreekt in het Citycentrum aan een gezellige horecaplek waar je goede koffie (barista) kan drinken én welkom bent met kinderen. Een plek waar je even naartoe kan, een soort tweede huiskamer. Een binnen- en buitenmogelijkheid, de kids kunnen spelen en de ouders genieten van een lunch. Nu moeten we echt de gemeente uit om dit soort kindvriendelijke plekken te bezoeken.”*

*“Dat je in het Citycentrum 2 uur gratis mag parkeren is een hele verbetering. Ik ga nu ook meer winkelen in het Citycentrum. Hoop dat dit in de toekomst ook blijft.”*

*“Meer groen, meer fietsenstallingen en een rolstoelvriendelijkere omgeving (geen dremfels) in het Citycentrum. Ook een Action is wenselijk. Die trekt ook mensen van buiten.”*

*“Ik winkel veel en graag in de Kromstraat. Veel leuke zelfstandige winkeliers. De straat is alleen af en toe erg rommelig (glad) door het vele blad van de bomen in de straat.”*



### Behoeftte aan winkelruimte neemt toe

- Het winkelaanbod in de gemeente Veldhoven functioneert momenteel economisch goed. In de meeste sectoren ligt de gemiddelde vloerproductiviteit boven het landelijk gemiddelde. Alleen het doelgerichte aanbod functioneert onder het landelijk gemiddelde, omdat de binding beperkt is door de nabijheid van Meubelboulevard Ekkersrijt en andere concentraties in Eindhoven.
- Door de forse groei van het aantal inwoners (circa 6.000 tot 13.000 extra inwoners in 2030-2035) neemt de behoefte aan winkelruimte in algemene zin toe, ook als rekening wordt gehouden met het effect van internetaankopen. Op basis van distributieplanologisch onderzoek (DPO) blijken er wel verschillen tussen sectoren.
  - In de **dagelijkse sector** (met name supermarkten) ontstaat op gemeenteniveau tot 2035 **circa 1.750 tot 5.400 m<sup>2</sup> wvo** uitbreidingsruimte. De bandbreedte wordt bepaald door de feitelijke groei van het aantal inwoners (en woningbouw) en optimalisatie van koopstromen als gevolg van eventuele nieuwe ontwikkelingen. Hierin is ook rekening gehouden met online boodschappen doen. De marktruimte geeft voldoende kwantitatief aanleiding om het dagelijks aanbod te versterken, mits dit een kwalitatieve versterking oplevert.
  - De **recreatieve sector** (met name kleding, sport, speelgoed, media) in Veldhoven functioneert momenteel bijna 30% boven het landelijk gemiddelde. Op basis hiervan is theoretisch sprake van uitbreidingsruimte. Online aankopen spelen hier echter ook een rol en dat zal ook in de toekomst zo blijven. Het online effect heft de extra groei van bestedingen als gevolg van de groei van het aantal inwoners deels op. Indien de maximale geraamde bevolkingsgroei plaatsvindt ontstaat meer uitbreidingsruimte. In totaal ligt de uitbreidingsruimte tussen de **4.250 m<sup>2</sup> wvo** in de huidige situatie **tot 7.300 m<sup>2</sup> wvo** in 2035. Dit kan vooral worden ingezet in aanbod dat in het verlengde ligt van het boodschappen doen, zoals huishoudelijke artikelen en effi-

ciënt bezochte modeketens. Voor onderscheidende hoogwaardige modezaken is gezien de samenstelling van de bevolking eveneens enige marktruimte. Weinig onderscheidend modisch aanbod in het middensegment heeft een beperkt toekomstperspectief. Hier zal, vergelijkbaar met de afgelopen jaren, sprake zijn van enige krimp van het bestaande winkelaanbod.

- In de **doelgerichte sector** (met name doe-het-zelf, wonen en tuin) is ondanks de forse bevolkingsgroei beperkte uitbreidingsruimte tot 2035. Momenteel functioneert het aanbod iets onder het landelijk gemiddelde. Tot 2035 neemt de behoefte aan winkelmeters wel iets toe. Het gaat om **circa 1.300 m<sup>2</sup> wvo tot 6.800 m<sup>2</sup> wvo**, maar dit is voor deze sector zeer beperkt vanwege de grootschalige aard van de winkels. Het biedt hooguit ruimte om bestaande zaken te laten moderniseren/uitbreiden en eventueel één of enkele zaken toe te voegen.
- Veldhoven heeft te maken met een bovengemiddelde hoeveelheid werkenden in de gemeente, met name door de aanwezigheid van ASML. ASML groeit van circa 17.000 werknemers naar circa 35.000 werknemers in 2030. Deze zitten deels in de bevolkingsprognoses voor Veldhoven, maar deels ook niet. Ze zullen immers niet alleen in Veldhoven gaan wonen, maar ook elders in de Brainportregio. Het is niet exact te ramen wat deze werkgelegenheidsgroei betekent voor de kwantitatieve behoefte aan winkelruimte in Veldhoven. Wel is duidelijk dat de hierboven genoemde uitkomsten waarschijnlijk eerder een onderschatting zijn dan een overschatting. Enige overschrijding van de marktruimte is niet erg en goed te motiveren, mits sprake is van kwalitatieve meerwaarde van nieuw aanbod dat ook aansluit op deze (nieuwe) doelgroepen. Een overschrijding van de marktruimte leidt immers nooit direct tot leegstand. Enig omzeteffect bij toevoeging van nieuw aanbod dient beschouwd te worden als ondernemersrisico. De gemeente stuurt op ruimtelijke effecten, niet op omzeteffecten. Dat laatste zou economische ordening betekenen en dat is in Nederland verboden. De berekeningen blijven indicatief.

## 4 Trends

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste trends in de detailhandel, horeca en publieksgerichte dienstverlening opgenomen. Landelijke trends (in de infographics) zijn vertaald naar de context en betekenis voor Veldhoven, met een scope tot circa 2030-2035. De landelijke trends ten aanzien van detailhandel zijn overgenomen uit de Regionale Detailhandelsvisie Stedelijk Gebied Eindhoven (2023).



## 4.1 Betekenis boodschappen doen

De algemene trends zoals beschreven in de regionale detailhandelsvisie (zie figuur 5) zijn ook van toepassing op Veldhoven. Voor Veldhoven specifiek zijn echter ook de volgende trends relevant voor het boodschappengedrag en -aanbod.

- De bevolkings- en werkgelegenheidsgroei in Veldhoven zal zorgen voor meer draagvlak en diversiteit aan mensen. Veel nieuwe inwoners in Veldhoven zijn expats met diverse migratieachtergronden. Dit betekent dat in Veldhoven de kwalitatieve behoefte aan boodschappenvoorzieningen ook diverser zal worden. Dit kan enerzijds leiden tot meer vraag naar kleinschalige (doelgroep)supermarktconcepten. Anderzijds kan dit leiden tot de vraag naar grotere supermarkten met een breder assortiment.
- Zoals blijkt uit de analyse voldoen diverse supermarkten in Veldhoven momenteel niet aan de randvoorwaarden voor een toekomstbestendige supermarkt. Gemak en efficiëntie wordt voor de consument steeds belangrijker. Als dit niet op orde is kiest de consument voor een alternatieve supermarkt waar gemak en efficiëntie wel op orde is of doet men de boodschappen via het internet. Randvoorwaarden uitend zich in het volgende.
  - **Maatvoering:** uit de analyse blijkt dat diverse supermarkten in Veldhoven qua maatvoering te klein zijn. Veel supermarkten hebben ook de wens om te moderniseren. Er is in de huidige structuur echter vaak nauwelijks fysieke ruimte om uit te breiden. Hier ligt een opgave.
  - **Bereikbaarheid:** over het algemeen zijn supermarkten redelijk tot goed bereikbaar. Met name in het Citycentrum is de bereikbaarheid van de supermarkten niet optimaal. Ook rekening houdend met nieuwe woningbouwontwikkelingen ligt hier een opgave. Dit geldt ook voor het overige aanbod.
  - **Parkeermogelijkheden:** in de toekomst blijven goede en ruime parkeermogelijkheden met de auto belangrijk. Uit de analyse



Figuur 5: Trends in boodschappen doen.

blijkt dat gratis parkeren als zeer positief wordt ervaren door bezoekers. Dit geldt ook voor het overige aanbod. Diverse supermarkten hebben momenteel geen optimale parkeersituatie. Hier ligt een opgave.

- Geconcludeerd moet worden dat er in Veldhoven met name een grote kwalitatieve opgave ligt om de boodschappenstructuur te versterken. De bestaande structuur is hier op sommige plekken niet langer geschikt voor. Deze kwalitatieve versterking kan bovendien gepaard gaan met kwantitatieve uitbreiding. Uit de analyse blijkt dat met name door de aanzienlijke bevolkingsgroei enige marktruimte bestaat voor toevoegen van meer m<sup>2</sup> wvo dagelijkse artikelen. Belangrijk is hierbij te kijken naar plekken waar de nieuwe woningen komen en het huidige supermarktaanbod.
- Nuancering op het bovenstaande is dat de toekomst onzeker is. Het laatste jaar daalt ook de volumeomzet bij supermarkten, omdat consumenten minder uitgeven. Ook de invloed van online blijft onzeker. Enige terughoudendheid is daardoor op z'n plaats. De kwaliteit dient leidend te zijn boven de kwantiteit.

#### 4.2 Betekenis recreatief winkelen

De algemene trends zoals beschreven in de regionale detailhandelsvisie (zie figuur 6) zijn ook van toepassing op Veldhoven. Voor Veldhoven specifiek zijn echter ook de volgende trends relevant voor het recreatief winkelen en -aanbod.

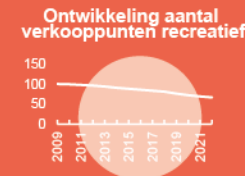
- Het Citycentrum moet opnieuw positie bepalen. De huidige branchering die sterk gericht is op recreatief winkelaanbod is beperkt toekomstbestendig. Dit type aanbod neemt al jaren gestaag af en staat ook in de toekomst verder onder druk, ondanks de berekende uitbreidingsruimte in Veldhoven. Dit heeft te maken met het feit dat deze type winkels sterk moeten concurreren met het internet en grotere en/of aantrekkelijkere centra in de regio zoals de binnenstad van Eindhoven. Het Citycentrum is momenteel weinig aantrekkelijk.

## 5 belangrijke trends recreatief winkelen

### 1 Recreatief aanbod staat onder druk

De bestedingen in winkels op het gebied van mode, sport, speelgoed en media staan al jaren onder druk, als gevolg van het internet en de beperkte uniciteit van veel formules. De coronacrisis heeft grote negatieve impact gehad op de sector. De gemiddelde winkelomzet per hoofd voor mode & luxe in 2017 bedroeg circa € 850. In 2021 daalde dit naar € 654, een daling van 23%. Vergelijkbaar met de daling van de winkelbestedingen is ook al jaren een gestage daling van de winkelruimte (-15%) een feit.

Bron: Omzetkengetallen (2022)



### 4 Aantal bezoekers zit weer in de lift

Het aantal bezoekers aan binnensteden stond de afgelopen jaren fors onder druk. De coronacrisis zorgde ook hier voor historisch lage bezoekersaantallen en een wijziging in het consumentengedrag. Het aantal bezoekers neemt in binnensteden weer gestaag toe. Consumenten hebben nu eenmaal behoefte aan een dagje uit. Binnensteden met een diverse mix aan functies en een goede profilering profiteren. Ook de grotere binnensteden doen het weer een stuk sinds de coronajaren.

Bron: Resono (2022)



### 2 Centrumgebieden veranderen

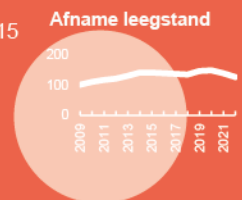
Waar de (recreatieve) winkels verdwenen werden deze voor een groot deel gevuld met horeca, diensten en ontspanning. Ook werken, wonen, cultuur en maatschappelijke functies krijgen een steeds prominenter rol in centrumgebieden en worden steeds belangrijker voor het goed functioneren. Centrumgebieden krijgen een steeds evenwichtiger functiemix, wat positief is voor de weerbaarheid en leefbaarheid.



### 5 Leegstand fors gedaald

Ondanks toenemende onzekerheid (dalend consumentenvertrouwen, de oorlog in Oekraïne, stijgende energiekosten en inflatie) is de leegstand in Nederland verder gedaald. Nagenoeg alle type centrumgebieden zagen de winkelleegstand dalen. Dit komt niet doordat er meer winkels bijkomen, maar doordat veel winkelpanden worden ingevuld met horeca of diensten of worden getransformeerd naar wonen. Ten opzichte van 2015 nam de leegstand af met 15%.

Bron: Locatus (2022)



### 3 Online kooporiëntatie ligt genuanceerd

Het aantal consumenten dat online aankopen doet is de afgelopen coronajaren fors toegenomen. Met name winkels in binnensteden op het gebied van mode en media hebben hier last van gehad. Toch lijkt de extreme groei af te vlakken. Er is de laatste jaren veel geïnvesteerd in aantrekkelijke binnensteden. Mensen blijven behoefte houden aan het sociale contact en 'het dagje uit'. Bovendien maken online webshops bijna nooit winst en rekenen steeds meer webshops verzendkosten. Er zullen altijd doelgroepen zijn die veel online winkelen, maar er zijn ook veel doelgroepen die fysiek blijven winkelen. Het is é-n-én.

Bron: KSO (2022)



Figuur 6: Trends in recreatief winkelen.

- Een betere functiemix én een aantrekkelijker centrum is het antwoord op bovenstaande opgave in het Citycentrum. Dit betekent minder nadruk op weinig onderscheidend recreatief winkelaanbod en meer nadruk op aanbod dat voorziet in de lokale behoefte van inwoners in Veldhoven en onderscheidend is ten opzichte van met name de binnenstad van Eindhoven en het centrum van Veldhoven-dorp. Deze extra kwaliteit voorziet in een kwantitatieve behoefte.
- Los van een betere functiemix ligt er vanuit trends voor het Citycentrum een opgave om de randvoorwaarden te optimaliseren. Het Citycentrum is de centrale ontmoetingsplek voor inwoners in Veldhoven, maar functioneert momenteel niet zo. Om dit te bereiken is herstructurering noodzakelijk met aandacht voor onder andere verbetering van de verblijfsfunctie, de sfeer en gezelligheid, de bereikbaarheid, de routing, duurzaamheid en vergroening.
- Voor het centrum van Veldhoven-dorp (Kromstraat) is momenteel sprake van een duidelijk onderscheidend aanbod in recreatief winkelaanbod, met name gericht op hoogwaardige mode en luxe artikelen. Hier blijft ruimvoldende marktpotentie voor bestaan. Op basis van de uitbreidingsruimte en trends zien we vooral kansen voor enige versterking van het bestaande onderscheidende profiel.
- Het recreatieve winkelaanbod in de buurten en wijken zal de komende jaren verder onder druk komen te staan als gevolg van autonome ontwikkelingen. Hooguit niet-dagelijks aanbod dat in het verlegde ligt van het boodschappen doen biedt kansen.

### 4.3 Betekenis horeca

Figuur 7 geeft de belangrijkste landelijke trends weer in de horeca. Hierna gaan we in op wat deze trends betekenen voor Veldhoven.

- De bestedingen in de horeca zijn de afgelopen jaren fors gestegen, wat samenhangt met de ontwikkeling van het aanbod in Veldhoven. Het aantal drankverstrekkers nam de laatste jaren af, terwijl het aantal fastservicezaken flink toenam. Deze trend zet zich naar verwachting ook in de toekomst voort. Dit biedt kansen voor toevoeging van



Figuur 7: Trends in horeca.

daghoreca in het Citycentrum. Het centrum van Zeelst, met veel drankverstrekkers, zal naar verwachting verder onder druk komen te staan op basis van deze autonome trend.

- Door de gevolgen van corona is het omzetriveau sterk teruggelopen in 2020 en 2021. Voor veel ondernemers heeft dit enorme consequenties gehad, en de gevolgen zijn daarvan nog merkbaar, o.a. in de opgebouwde schuldenlast. Bovendien is er mede door personeelsverloop in de coronaperiode een personeelstekort ontstaan. Hierdoor kan de maximale capaciteit niet altijd benut worden. Dit is omzet remmend. Daarnaast nemen de kosten aanzienlijk toe door stijging van grondstoffen- en energieprijzen. De winstgevendheid en bedrijfsvoering staat in veel gevallen onder druk.
- Snelle hap versus uitgebreid uit eten: net als bij de detailhandel verdwijnt ook het middensegment in de horeca steeds meer. Er is een zekere behoefte aan fastfood en/of fastservice horeca. Dit niet per definitie ongezond, maar vooral gericht op snel, gemakkelijk, efficiënt en goedkoop. Tegelijkertijd neemt ook de slowfood en 'casual dining' toe. Dit focust zich nog meer op kwaliteit binnen relatief kort tijdsbestek. Het uitgebreid dineren is populair onder de rijkere doelgroepen maar ook daar dalend. Deze vormen van horeca zijn bovendien geschikt en kansrijk voor het Citycentrum.
- Blurring betekent het mengen van activiteiten of functies onder één dak of binnen één concept, zoals detailhandel en horeca. Denk aan een proeverij in een supermarkt, een wijntje in de kledingwinkel of het verkopen van het meubilair in een horecazaak. Verwacht wordt dat deze trend zich verder zal doorzetten en dat de harde knip tussen detailhandel en (dag)horeca steeds minder groot wordt. Daar waar sprake is van alcohol dient op basis van de Alcoholwet wel sprake te zijn van een harde knip.
- Voor de horeca geldt dat de behoefte onverminderd toeneemt. Het bestaansrecht van centrumgebieden op buurt- en wijkniveau wordt juist gevormd door de foodbeleving, waar de horeca een belangrijke rol in speelt. Supermarkten of foodmarkten vervullen echter steeds meer rol in deze trend, waardoor ook de supermarkt een horeca-

## 5 belangrijke trends perifere en overige detailhandel

### 1 De gemiddelde winkelomzet per hoofd stijgt

De afgelopen jaren zagen doe-het-zelf zaken, woonwinkels en tuincentra de gemiddelde winkelomzet stijgen. De coronacrisis zorgde zelfs voor een piek in de gemiddelde winkelomzet. Tegelijkertijd neemt ook de concurrentie door online toe, met name elektronicazaken hebben last van de stijgende concurrentie van online. De verwachting naar de toekomst toe is dat de gemiddelde winkelomzet op de korte termijn zal dalen als gevolg van de onzekere economische situatie en het waterbed effect. Grote aankopen worden tenslotte maar een keer gedaan en gaan over het algemeen lang mee. Op de lange termijn zullen de bestedingen stabiliseren.

Bron: Omzetkengetallen (2022)

### 2 Online oriëntatie per branche

Electronica, meubels, bruin & witgoed en tuinartikelen worden in toenemende mate online gekocht. Per artikelgroep verschilt de online oriëntatie. Zo heeft de artikelgroep electronica de hoogste online oriëntatie (45%). De overige artikelgroepen kennen een lagere afvloeiing. De verwachting naar de toekomst toe is dat de online oriëntatie verder zal toenemen.

Bron: KSO (2021)

### 3 Functioneren sterk afhankelijk van conjuncturele ontwikkelingen

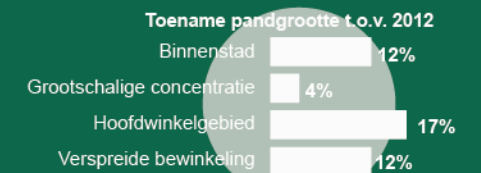
De ontwikkelingen en het functioneren van deze sector is sterk afhankelijk van de conjunctuur. Wanneer er veel woningbouwontwikkelingen plaatsvinden profiteert de sector. Tegelijkertijd streven we af op nieuwe economische onzekerheid (stijgende prijzen, terugvallende koopkracht, stagnering van de economie maar ook onzekerheid over de beschikbaarheid van producten). Met name voor deze sector geldt dat de consument de hand op de knip houdt voor niet-frequente artikelen.

Bron: Rabobank (2022)

### 4 Schaalvergroting blijft zichtbaar

De afgelopen jaren heeft de sector (in en om het huis) een forse schaalvergroting doorgemaakt. De toename van de gemiddelde omvang is met name zichtbaar in de binnensteden. De groei was minder sterk bij de grootschalige concentraties. Hier is de omvang al fors.

Bron: Locatus (2022)



### Afvloeiing per artikelgroep



### 5 Schaalverkleining in opkomst

Naast schaalvergroting zien we in binnensteden, buurt- en wijkcentra een toename van de (kleinere) city concepten. Winkels als IKEA, Tesla, Praxis City en Decathlon openen steeds meer kleinere winkels (400 tot 800 m²). Daarnaast zien we op grootschalige locaties ook schaalverkleining in de vorm van bijvoorbeeld speciaalzaken, maakbedrijven met showroom en ambachten.

Bron: RetailTrends (2022)



Figuur 8: Trends perifere en overige detailhandel.

functie krijgt en traditionele horeca, zoals cafés en restaurants minder zichtbaar worden. We zitten echter op een punt dat het consumentenvertrouwen begint te dalen, dat zal invloed hebben op de consumentenbestedingen, dus omzet in de horeca.

#### 4.4 Betekenis doelgericht winkelen

De algemene trends zoals beschreven in de regionale detailhandelsvisie (zie figuur 8) zijn ook van toepassing op Veldhoven. Voor Veldhoven specifiek zijn echter ook de volgende trends relevant voor het recreatief winkelen en -aanbod.

- De mate waarin inwoners in Veldhoven online aankopen doen in de doelgerichte sector is met 19% beperkt ten opzichte van het gemiddelde van 23%. Dit hangt samen met het ruime aanbod en de keuzemogelijkheden in zowel Veldhoven als de regio (Meubelplein Ekersrijt). De verwachting is dat dit online aandeel zal toenemen, maar ook de winkelbestedingen nemen toe. Per saldo blijven de winkelbestedingen daardoor naar verwachting op peil.
- Door de forse woningbouw en bevolkingsgroei ontstaat ook in Veldhoven beperkte behoefte aan nieuw doelgericht winkelaanbod binnen het thema 'in/om het huis'. De ruimtebehoefte in deze sector neemt daardoor waarschijnlijk iets toe.
- Voor toevoeging van nieuwe grootschalige doelgerichte winkels is in Veldhoven zowel fysiek als distributief geen uitbreidingsruimte. De trend schaalverkleining biedt kansen voor met name het centrum van het Citycentrum. Momenteel is woondecoratiewinkel Xenos al gevestigd in het Citycentrum. In de toekomst liggen er kansen voor vergelijkbare meer kleinschalige decoratieve woninginrichtingszaken.
- In het kader van duurzaamheid, circulariteit en koopkracht is het aantal kringloopwinkels de afgelopen jaren flink gestegen. Kringloopwinkels zijn vaak grootschalig en gevestigd op bedrijventerreinen. Ook in Veldhoven op bedrijventerrein De Run zijn enkele kring-

loopwinkels gevestigd. Met name kleinschalige tweedehandswinkels, bijvoorbeeld in mode en accessoires, bieden kansen voor het Citycentrum en het centrum van Veldhoven-dorp.

## 5 Visie en toetsingskader

In dit hoofdstuk is de visie op de detailhandel, horeca en publieksgerichte diensten weergegeven. Dit is vertaald in concrete beleidsdoelen. Deze algemene beleidsdoelen vormen in samenhang het toetsingskader waaraan de gemeente nieuwe initiatieven en ontwikkelingen toetst. De beleidsdoelen bouwen voort op vigerende (flankerende) kaders van de provincie Noord-Brabant, regionaal beleid en afspraken en lokaal beleid zoals de Omgevingsvisie.





## 5.1 Regionale uitgangspunten detailhandel

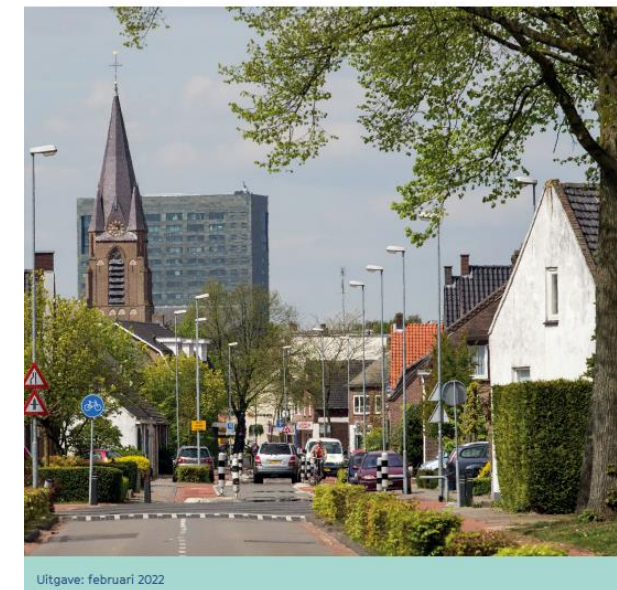
De gemeente Veldhoven is onderdeel van de Metropoolregio Eindhoven (MRE). Deze regio heeft een vigerende detailhandelsvisie uit 2015. In 2023 is de detailhandelsvisie voor de subregio Stedelijk Gebied Eindhoven (SGE) geactualiseerd, genaamd “Regionale detailhandelsvisie Stedelijk Gebied Eindhoven, van kwantiteit naar kwaliteit” (BRO, 2023). Hieruit volgen de volgende beleidsuitgangspunten.

- **Supermarkten en overig boodschappen aanbod** dient geconcentreerd te worden in centrumgebieden vanwege combinatiebezoek. Herstructurering, relocatie en/of kleinschalige gemakswinkels (maximaal 250 m<sup>2</sup> wvo) behoren tot de mogelijkheden. Dit dient in lokaal beleid nader uitgewerkt te worden.
- **Afhalen en bezorgen** zijn steeds dominantere activiteiten binnen de detailhandel en horeca. Vanuit de subregio gelden hiervoor duidelijke regels en uitgangspunten. Wat betreft afhalen wordt dit zoveel mogelijk geconcentreerd in winkelgebieden om combinatiebezoeken te stimuleren. Onevenredige effecten van de bezorgeconomie worden ingeperkt.
- **Concentratie** van winkels in centra blijft een belangrijk uitgangspunt, evenals het inzetten op **compacte winkelgebieden**.
- **Meubelplein Ekkersrijt** is/blijft de belangrijkste regionale aankooplocatie in het thema ‘in/om het huis’ en krijgt de ruimte om kwantitatief en kwalitatief te versterken.
- De rol van de **Regionale Adviescommissie Detailhandel (RACD)** wordt uitgebouwd van naast een toetsingscommissie ook naar een onafhankelijke kennispartner en klankbord voor detailhandel gerelateerde vragen en ontwikkelingen.
- In de regio zijn ambities uitgesproken in het kader van de uitvoering. Denk bijvoorbeeld aan het **saneren van verborgen/ongewenste plancapaciteit** voor detailhandel.

## 5.2 Gemeentelijke uitgangspunten

De detailhandels- en horecavisie is een programmatische uitwerking van de gemeentelijke *Omgevingsvisie (Veldhoven, 2022)*. De omgevingsvisie geeft de koers aan van de gemeente als geheel. Hieruit blijken ook diverse beleidsuitgangspunten die van invloed zijn op beleidskeuzes voor detailhandel, horeca en publieksgerichte diensten.

- **Veldhoven groeit**. De groei van inwoners, banen en verplaatsingen die zo’n prominente rol heeft gehad in de ontwikkeling van Veldhoven, zet naar verwachting ook de komende decennia door. Veldhoven verstedelijkt, maar zal haar eigen dorpsse identiteit behouden.
- Veldhoven is een van de meest innovatieve gemeenten van Nederland. De hightech bedrijvigheid, waaronder ASML, en sterke MKB is een belangrijke drager van de Brainportregio. Veldhoven biedt **ruimte voor ondernemerschap en innovatie** in aantrekkelijke en dynamische werkmilieus.
- Veldhoven kiest voor een **mobiliteitstransitie**. Dit betekent investeren in betere fiets- en OV-netwerken die naadloos aansluiten op die van Eindhoven en de Kempen. Ook deelmobiliteit wordt in de toekomst belangrijker. Meer te voet en te fiets is het uitgangspunt.
- **Duurzaamheid** en **gezondheid** zijn twee belangrijke kernwaarden voor de gemeente Veldhoven. Dit hangt samen met de energietransitie, mobiliteitstransitie en de ambitie om te komen tot meer groen en ecologische kwaliteiten.
- Voorzieningen moeten voor iedereen (alle doelgroepen) **toegankelijk** zijn, bij voorkeur via een actieve vorm van mobiliteit (wandelen, fietsen). Het is daarom van belang dat Veldhoven een **evenwichtige spreiding** van (maatschappelijke) voorzieningen heeft.
- Het (cultuur)historische karakter van de **dorpskernen** wordt beschermd en, waar mogelijk, versterkt. De dorpskernen hebben een belangrijke sociale functie. De gemeente faciliteert de ontwikkeling van ontmoetingsplekken, horeca en de organisatie van evenementen. De gemeente streeft naar het behouden van de huidige functie-mix in de oude kernen en linten.



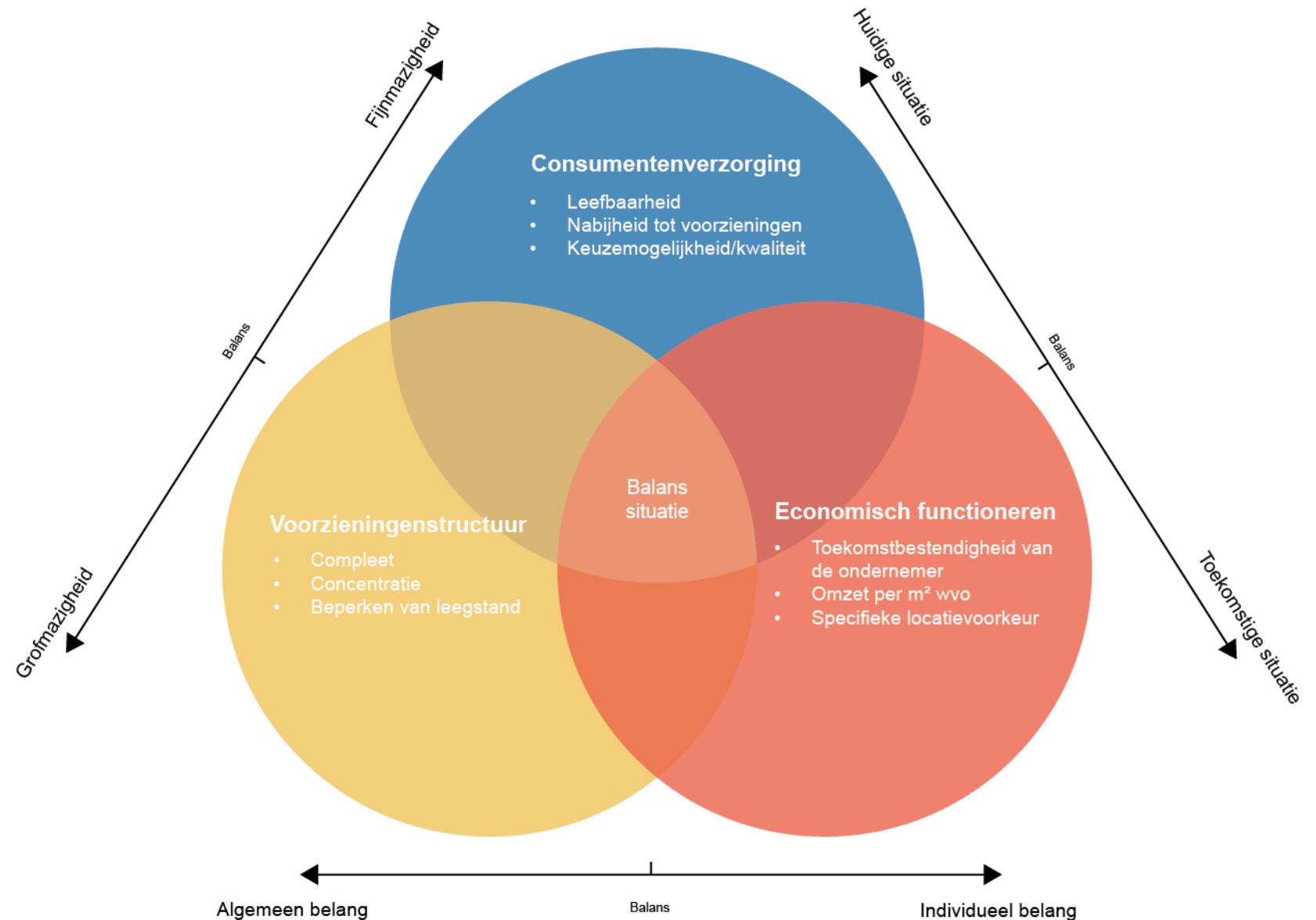
### 5.3 Leidende principes

#### Balans tussen leidende principes

Een goede consumentenverzorging, complementaire en heldere voorzieningestructuur en toekomstbestendig economisch functioneren zijn de drie leidende principes van het detailhandels- en horecavisie. Deze dienen echter in balans en samenhang te staan. Dit geldt ook voor andere belangen en overwegingen.

Het detailhandels- en horecabeleid stuurt in de basis op drie leidende principes. Te veel nadruk op het ene principe, kan leiden tot een conflict met een ander principe. Uitgangspunt van deze visie is **daardoor** het streven naar een goede balans tussen de principes.

1. **Consumentenverzorging:** de behoefte van inwoners in en bezoekers aan het SGE staat centraal. Een goede spreiding en nabijheid van (boodschappen)aanbod leidt tot een goede leefbaarheid en gezondheid. Dit is ook uitgangspunt in de gemeentelijke omgevingsvisie. Daarmee hangt ook kwaliteit samen, zoals keuzemogelijkheden, gemak en comfort. Je moet als consument iets te kiezen hebben.
2. **Voorzieningenstructuur:** de voorzieningenstructuur bepaalt de keuzemogelijkheden, diversiteit, kwaliteit en compleetheid van het aanbod. Dit is idealiter geconcentreerd in concentratiegebieden, zodat voorzieningen van elkaars aantrekkingskracht kunnen profiteren via combinatiebezoek en leegstand wordt voorkomen. Dit is met name vanuit het vigerende detailhandelsbeleid van de regio en de gemeente Veldhoven uitgangspunt.
3. **Economisch functioneren:** ondernemers moeten economisch goed kunnen functioneren om te kunnen overleven. Het economisch functioneren wordt bepaald door de omzet per m<sup>2</sup> wvo en hangt sterk samen met specifieke locatievoorkeuren.



Figuur 9: Balans tussen leidende principes, belangen en overwegingen.

Naast de hoofdoelen zijn er nog drie andere dimensies waar rekening mee gehouden dient te worden in het beleid.

- **Grofmazig versus fijnmazig:** te veel versnippering (fijnmazigheid) kan leiden tot slecht functionerend aanbod, omdat het agglomeratie effect ontbreekt. Ook kan het negatieve effecten (leegstand) veroorzaken in concentratiegebieden. Te veel concentratie (grofmazigheid) kan leiden tot het feit dat consumenten te ver moeten reizen (met de auto) of de leefbaarheid in buurten onder druk komt te staan. Een goede balans is wenselijk.
- **Algemeen versus individueel belang:** het detailhandelsbeleid stuurt op het algemeen belang van de consumentenverzorging en de voorzieningenstructuur. Dit is ook de taak van de overheid. Echter dient ook rekening gehouden te worden met de economische haalbaarheid vanuit het perspectief van ondernemers (individueel belang). De visie wordt immers voor een belangrijk deel ingevuld door marktpartijen, zoals ondernemers. Het algemeen belang zit ook in het bewaken van goed economisch functioneren van andere ondernemers en daarmee de leefbaarheid en voorkomen van (on-aanvaardbare) leegstand.
- **Huidige versus toekomstige situatie:** de visie schetst de wensen en ambities voor de toekomst (2030-2035). Dit matcht niet altijd met de huidige situatie. Dit betekent transformatie- en herontwikkelingsopgaven, maar soms ook het programmeren van nieuwe ontwikkelingen. Er is echter geen sprake van een blanco canvas, waardoor mede in het licht van de haalbaarheid van de uitvoering altijd rekening gehouden moet worden met de feitelijke huidige situatie.

## 5.4 Focus detailhandels- en horecabeleid

De **centrale ambitie** is het voorzieningenaanbod in kwalitatieve en kwantitatieve aan te passen aan de groei en verandering van de bevolking.

Focus van het detailhandels- en horecabeleid ligt bij het goed bedienen van de inwoners in de gemeente. Om dit ook in de toekomst goed te kunnen, dient het aanbod de ruimte te krijgen om te innoveren en te vernieuwen. Uiteraard binnen de door de gemeente bepaalde kaders.

1. Focus ligt op versterken van het Citycentrum. Ten aanzien van de voorzieningen ligt hier de opgave om te komen tot meer diversiteit in de functiemix en trekkracht. Dit wordt idealiter bereikt door toevoeging van (dag-)horeca met terrasfunctie, een versterking van het boodschappen aanbod door onder meer toevoeging van een discountsupermarkt (met bijbehorende randvoorwaarden zoals genoemd op het gebied van bereikbaarheid, parkeren en maatvoering) en meer maatschappelijke dienstverlening zoals zorg aan de randen van het centrum.
2. Optimaliseren van de leefbaarheid in de wijken door te voorzien in toekomstbestendig boodschappen aanbod dicht bij (nieuwe) inwoners. Ten opzichte van de huidige situatie is modernisering en/of relocatie van supermarkten noodzakelijk om toekomstbestendig te blijven én te voorzien in een toekomstige behoefte. Het beleid biedt hiervoor ruimte, mits dit geen afbreuk doet aan de ambitie van het Citycentrum en op andere gebieden in Veldhoven en omgeving.
3. Samenwerking in de vorm van structureel overleg tussen de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren is essentieel om te komen tot uitvoering. Met name de samenwerking met en tussen de horeca op specifieke thema's als terrassen, veilig uitgaan, verantwoord alcoholgebruik, portiers, paracommercie, integriteit, evenementen, et cetera vraagt extra aandacht.

## 5.5 Beleidsdoelen detailhandel

### 5.5.1 Concentratie van detailhandel in centra

#### **Beleidsdoel: concentratie detailhandel is uitgangspunt**

De gemeente Veldhoven blijven streven naar concentratie van detailhandel in centra. Door winkels te concentreren profiteren ondernemers van synergievoordelen wat goed is voor het economisch functioneren. De consument ervaart gemak en efficiëntie en kan winkels en andere voorzieningen combineren. Ook mobiliteit wordt geclusterd.

- Reguliere supermarkten of andere detailhandel buiten concentratiegebieden op solitaire plekken zijn niet wenselijk (zie hoofdstuk 6 voor de contouren). Ze hebben geen meerwaarde voor de detailhandelsstructuur en kunnen leiden tot onwenselijke effecten.
- In Veldhoven bestaan wel mogelijkheden voor relocatie van bestaande supermarkten in het kader van herstructurering bezien vanuit de bestaande opgaven in de boodschappenstructuur en toekomstige woningbouw/bevolkingsgroei, mits dit geen afbreuk doet aan de ambities voor het Citycentrum. De visie op dit onderwerp is nader uitgewerkt in hoofdstuk 6.
- Buiten de concentratiegebieden is in de vorm van maatwerk ruimte voor kleinschalige boodschappenconcepten die meerwaarde bieden voor de (lokale) consumentenverzorging of specifieke doelgroepen. Gedacht kan worden aan kleinschalige ondergeschikte boerderijwinkel in het kader van een vitaal buitengebied (zie blauwe kader).
- Wat betreft recreatief en doelgericht winkelaanbod is het beleid vooral gericht op concentratie van dit type aanbod in het Citycentrum en het centrum van Veldhoven-dorp. In de buurt- en wijkcentra is eveneens recreatief winkelaanbod mogelijk, maar in veel mindere mate en ligt het accent op niet-dagelijks aanbod dat in het verlengde ligt van het boodschappen doen.

- Voor specifieke bedrijven of zeer grootschalige winkelconcepten is eveneens maatwerk mogelijk. Denk aan bedrijven/winkels in haarden/kachels, zwembaden, kringloopwinkels, zadels, auto's, etc. Zoals eerder aangegeven gaat de gemeente wel terughoudend om met faciliteren van deze grote ruimtevragers op bedrijventerreinen.

#### Afwegingskader maatwerk gemakswinkels/mini-supermarkten

Gemakswinkels/mini-supermarkten zijn buiten de centra mogelijk, mits het kleinschalig is (maximaal 250 m<sup>2</sup> vvo) én voldaan wordt aan minimaal drie van de volgende kwalitatieve criteria.

- Er is substantiële woningbouw in de directe omgeving voorzien.
- Er is voldoende (toekomstig) draagvlak (behoefte).
- Het voorziet in de leefbaarheid/nabijheid in een buurt/wijk.
- Het is niet inpasbaar in centra in hetzelfde verzorgingsgebied.
- De ruimtelijke effecten zijn aanvaardbaar.

#### Afwegingskader ondergeschikte detailhandel bij bedrijven

Indien een locatie voldoet aan meerdere criteria zou een vestiging wenselijk kunnen zijn.

- De detailhandelscomponent betreft verkoop in laagfrequente en doelgerichte artikelen.
- Een groot deel van het bedrijf betreft productieactiviteiten, zoals bijvoorbeeld reparatie, renovatie, op maat maken, klantgericht maatwerk, etc.
- Levering is voor een groot deel business-to-business.
- Een deel van het bedrijf betreft opslag voor productieactiviteiten.
- Het totale bedrijfsconcept (mix) is niet geschikt voor de reguliere centra op basis van de aard, omvang en samenstelling.
- Het bedrijf leidt niet tot onaanvaardbare effecten op de reguliere centra en de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand.

*Afwegingskaders zijn geen (juridische) basis voor initiatiefnemers om een ontwikkeling af te dwingen/mogelijk te maken. Bijvoorbeeld door te beroepen op het feit dat voldaan wordt aan één of meerdere voorwaarden. De afwegingskaders zijn bedoeld als handvat voor regionale en/of lokale keuzes.*

#### 5.5.2 Innovatie en vernieuwing faciliteren

##### Beleidsdoel: innovatie en vernieuwing moet de ruimte krijgen

De gemeente Veldhoven staan positief tegenover innovatie en vernieuwing. Dit is noodzakelijk om relevant te blijven. Er zit echter een grens aan kwantitatieve groei aan meters, de vernieuwing en innovatie moet vooral in kwalitatieve zin bereikt worden. Binnen concentratiegebieden krijgen ondernemers in de dagelijkse sector volop de ruimte.

- Supermarkten en andere boodschappenwinkels zijn zeer dynamisch en hebben een hoge investeringskracht en –bereidheid. De investeringskracht van supermarkten bepaalt ook de richting en het perspectief van wijk- en dorpscentra én in belangrijke mate het Citycentrum. De gemeente Veldhoven hanteert daardoor in principe een positieve houding aan bij nieuwe supermarktontwikkelingen in centrumgebieden, mits dit geen afbreuk doet aan de ambitie van het Citycentrum en op andere gebieden in Veldhoven en omgeving.
- Vernieuwing en innovatie in de niet-dagelijkse winkelsector en horeca is eveneens wenselijk binnen de concentratiegebieden. Denk aan innovatie op het gebied van digitalisering en duurzaamheid. Ook schaalvergroting en schaalverkleining behoort tot de mogelijkheden om toekomstbestendig te blijven.

#### 5.5.3 Compacte centrumgebieden

##### Beleidsdoel: compacte centrumgebieden

De gemeente Veldhoven streeft naar compacte centrumgebieden. Dit betekent dat winkels, horeca en andere publieksgerichte voorzieningen zoveel mogelijk aaneengesloten moeten vestigen, zodat een bruisende plint ontstaat. Onderbrekingen in de plint met niet-publieksfuncties is niet gewenst. Een 'gatenkaasstructuur' dient voorkomen te worden.

- Met compacte centra wordt een min of meer aaneengesloten 'open' plint aan publieksvoorzieningen bedoeld zonder 'gesloten' onderbrekingen. Met name winkels dienen in elkaars nabijheid gesitueerd te worden om combinatiebezoek te optimaliseren. Een korte (loop)afstand, een goede zichtrelatie en branchering dragen hier aan bij. Het alom bekende 'winkel-achtje'.
- Functies die veel synergie met elkaar hebben dienen zoveel mogelijk geclusterd te worden. Denk bijvoorbeeld aan supermarkten met dagelijkse speciaalzaken, winkels binnen het bezoeks-motief recreatief in combinatie met (dag)horeca of doelgericht winkelen.
- Met name binnen het te herontwikkelen Citycentrum en het centrum Veldhoven-dorp dient aandacht te zijn van een goede spreiding van trekkers en positionering van 'tussenliggend' voorzieningenaanbod. Uitgangspunt is een optimale 'loop' c.q. 'doorbloeding' van het centrum, zodat bezoekers verleid worden veel combinatiebezoeken te doen. Zie hoofdstuk 6 voor een verdere uitwerking per centrum.

#### 5.5.4 Complete centrumgebieden

##### Beleidsdoel: complete centrumgebieden

De gemeente Veldhoven streeft naar complete centrumgebieden, binnen het profiel en de verzorgingsfunctie.

- Een compleet voorzieningenaanbod in een centrum betekent een hoge aantrekkelijkheid voor de consument, is goed voor het economisch functioneren en de leefbaarheid. De mate van compleetheid hangt echter samen met het profiel van het centrumgebied (boodschappen doen, recreatief winkelen en horeca en doelgericht winkelen) en de verzorgingsfunctie. Zie hoofdstuk 6 voor een verdere uitwerking per centrumgebied.
- De wijkcentra in Veldhoven zijn boodschappencentra. Dit betekent dat het aanbod compleet dient te zijn binnen dit profiel. Het accent ligt op winkels in de dagelijkse sector, met supermarkten als basis. Beperkt niet-dagelijks winkelaanbod is eveneens wenselijk, mits dit aansluit op het koopmotief boodschappen doen. Ook beperkte horeca en diensten zijn mogelijk, zoals een cafetaria of kapper.
- Veldhoven-dorp is compleet binnen het recreatief winkelen en horeca profiel, met een focus op hoogwaardig en onderscheidend aanbod. De boodschappenfunctie in Veldhoven-dorp is prima aanvullend, maar is ondergeschikt.
- Het Citycentrum heeft een opgave in de aanbodsamenstelling. Het aanbod is momenteel niet compleet. Ambitie is een gevarieerd en compleet voorzieningenaanbod gericht op alle inwoners in Veldhoven. Het is nadrukkelijk niet de ambitie om een compleetheid na te streven zoals bijvoorbeeld aanwezig in de binnenstad van Eindhoven. Dit gaat te ver en valt buiten de realistische verzorgingsfunctie.

### 5.5.5 Comfortabele centrumgebieden

#### Beleidsdoel: comfortabele centrumgebieden

De gemeente Veldhoven streeft naar comfortabele centrumgebieden. Dit betekent een goede bereikbaarheid voor alle doelgroepen, waaronder mensen die minder mobiel zijn, voldoende rustplekken, meer groen en beleving en zo min mogelijk 'drempels'.

- Centra moeten comfortabel zijn voor alle doelgroepen om relevant te blijven. De wijkcentra in Veldhoven voorzien hier in door goed bereikbaar te zijn, voldoende parkeermogelijkheden te bieden en supermarkten te hebben met een ruime opzet. Los van enkele opgaven zoals benoemd in de analyse, is dit momenteel redelijk op orde.
- Het Citycentrum heeft een opgave om comfortabeler te worden. Dit uit zich in een betere bereikbaarheid/routing, kwalitatief betere parkeervoorzieningen, duidelijkere entrees, meer rust-/verblijfsplekken, meer groen en beleving en behoud van een drempelvrije openbare ruimte voor mensen die minder mobiel zijn (zie paragraaf 6.1).

### 5.5.6 Saneren overtollige en ongewenste plancapaciteit

#### Beleidsdoel: reduceren plancapaciteit detailhandel

De gemeente Veldhoven gaat actief aan de slag met het saneren van (harde) plancapaciteit van supermarkten en andere vormen van detailhandel op ongewenste, onbenutte en potentieel structureel verstorende locaties, zoals op bedrijventerreinen of andere solitaire plekken.

- Om ongewenste vestigingen van supermarkten en andere vormen van detailhandel in de toekomst te voorkomen is het noodzakelijk ongewenste onbenutte plancapaciteit juridisch te saneren. Hierdoor kunnen zogenaamde 'oepsjes' worden voorkomen, ten behoeve van de structuur en consumentenverzorging.
- De regionale detailhandelsvisie zet in op het beperken van solitaire of verspreide bewinkeling (buiten centra), wat in Veldhoven voor een groot deel bestaat uit doelgericht winkelaanbod. Circa 35% van het totale winkelaanbod in Veldhoven ligt buiten de concentratiegebieden (ruim 35.000 m<sup>2</sup> wvo). Hoewel uitbreiding van dit verspreide winkelaanbod zowel regionaal als lokaal beleidsmatig ongewenst is, heeft het bestaande verspreide winkelaanbod in Veldhoven welde-

gelijk een meerwaarde voor de consument. De gemeente Veldhoven zet daarom niet in op actief beleid met als doel het terugdringen van dit bestaande aanbod. Zolang dit aanbod er zit, mag een onderneming blijven zitten. Eventuele uitbreidingswensen worden echter niet gefaciliteerd.

- Waar het gaat om verspreide winkels in de recreatieve sector wordt ingezet op verleiden tot verplaatsing. Zo zijn er bijvoorbeeld enkele sportzaken gevestigd op of aan bedrijventerrein De Run die mogelijk kansrijk zijn voor verplaatsing naar het (vernieuwde) Citycentrum.
- De gemeenten in het SGE gaan in goede samenwerking aan de slag met op hoofdlijnen de volgende stappen: het inventariseren van de plancapaciteit, het creëren van (lokale) voorzienbaarheid, het prioriteren van de risicogevoallen en daarna het uitvoeren van juridische sanering (zie uitvoering).

### 5.5.7 Volumineuze detailhandel concentreren

#### Beleidsdoel: volumineuze detailhandel concentreren De Run

De gemeente Veldhoven faciliteert detailhandel in volumineuze goederen primair op De Run 3000 (lokaal) en op Meubelboulevard Ekkersrijt (regionaal, gemeente Son & Breugel).

- Voor wat betreft de visie op doelgericht winkelen wordt aangesloten bij de regionale detailhandelsvisie. In essentie is gekozen om vergelijkbaar met het voorgaande beleid te blijven kiezen voor de locatie De Run 3000 als opvanglocatie voor meer lokale perifere detailhandel. Voor meer grootschalige en regionale perifere detailhandel is Meubelplein Ekkersrijt de opvanglocatie. Voor beide gebieden geldt een duidelijke afbakening van de branchering om de complementariteit met de reguliere centra te blijven borgen.
- Binnen deze contour zijn uitsluitend winkels toegestaan die volumineuze artikelen voeren. Dit komt neer op winkels in de volgende branches:

- Auto's, boten, caravans (ABC) en aanverwante artikelen;
- Woonwinkels, zoals meubel- en keukenzaken;
- Doe-het-zelfzaken, zoals bouwmarkten;
- Tuinartikelenzaken en tuincentra;
- Overige vormen in volumineuze artikelen, zoals haarden, zwembaden, aanhangwagens, zonwering, tegels, etc.

### 5.5.8 Overige vormen detailhandel

#### Beleidsdoel: aansluiting bij beleid SGE

De gemeente Veldhoven hanteert het regionale detailhandelsbeleid als uitgangspunt ten aanzien van overige vormen van detailhandel.

Voor overige vormen van detailhandel wordt aangesloten bij de beleidsuitgangspunten van de regionale detailhandelsvisie. Samenvattend betreft dit het volgende.

- **Blurring** is toegestaan, maar dient plaats te vinden binnen de centra en dient aan te sluiten bij de Alcoholwet.
- **Branchevervaging** is toegestaan binnen concentratiegebieden en binnen het profiel c.q. de branchering van het gebied.
- **Boerderij- en landwinkels** zijn onder voorwaarden mogelijk, mits dit kleinschalig is, gericht is op lokale streek- en seizoensproducten en bijdraagt aan de lokale leefbaarheid en het ondernemerschap in het landelijk gebied (maximaal 250 m<sup>2</sup> wvo).
- Detailhandel op **trafficlocaties**, zoals bij een tankstation, ziekenhuis, mobiliteitshub of campus is toegestaan, mits dit kleinschalig is (maximaal 250 m<sup>2</sup> wvo) en het assortiment gericht is op de doelgroep van de trafficlocatie.
- Detailhandel als **ondergeschikte activiteit** bij bedrijven vraagt om maatwerk. In principe is detailhandel op bedrijventerreinen of andere verspreide locaties niet toegestaan. Alleen voor specifieke ge-

vallen kan maatwerk verleend worden. Deze voorbeelden zijn benoemd in de regionale detailhandelsvisie. Hierin is ook een afwegingskader opgenomen waaraan getoetst dient te worden.

## 5.6 Beleidsdoelen horeca

### 5.6.1 Concentratie van horeca in centra

#### Beleidsdoel: concentratie in centra

Vergelijkbaar met winkels streeft de gemeente Veldhoven ook voor horeca naar concentratie in de centrumgebieden, met het Citycentrum, het centrum van Veldhoven-dorp (Kromstraat) en het centrum van Zeelst voorop.

- Het Citycentrum en het centrum van Veldhoven-dorp zijn ontmoetingsplekken waar verschillende publieksfuncties samenkomen. Horeca heeft naast een economische ook een sterk sociaal-maatschappelijke waarde, namelijk het faciliteren van ontmoetingen. Waar met name recreatief winkelaanbod afneemt, neemt horeca juist toe. Horeca neemt daardoor een steeds belangrijker aandeel in de functiemix van deze centra. Uitgangspunt is daardoor concentratie van horeca in deze centra.
- Enige horeca in de buurt- en wijkcentra is eveneens mogelijk, mits deze horeca een bijdrage levert aan de lokale leefbaarheid en behoefte. Het aanbod moet passen bij de identiteit en uitstraling van het gebied. In de meeste gevallen betekent dit horeca aanbod dat in het verlengde ligt van gemak en efficiëntie.
- Het centrum van Zeelst heeft in dit kader een uitzonderingspositie, omdat dit horecaconcentratiegebied specifiek een functie heeft voor de lokale uitgaanscultuur. Substantiële uitbreiding in aantal zaken/ m<sup>2</sup> is niet verantwoord en niet toegestaan, vanwege de woonfuncties in de directe omgeving. Toename van overlast is niet gewenst. Voor het centrum van Zeelst wordt een verbreding van de horeca wel

wenselijk geacht, met name daghoreca. Hierdoor ontstaat ook overdag meer levendigheid in het gebied en kan het ook meer functioneren als lokale ontmoetingsplek voor inwoners in Zeelst.

- Nieuwe solitaire horecaontwikkelingen zijn niet wenselijk. Maatwerk is mogelijk als sprake is van een logische synergiewerking. Denk bijvoorbeeld aan ondergeschikte horeca bij een trafficlocatie, op een campus of als onderdeel van bedrijvigheid voor werknemers.
- Het buitengebied van de gemeente Veldhoven heeft hoofdzakelijk een agrarische functie. In het 'groene' buitengebied van de gemeente speelt recreatie een steeds grotere rol in de toekomst. Wanneer horeca in het buitengebied langs een wandel- of fietsroute ligt, kan het een economische drager worden waarbij ook de aantrekkelijkheid van het buitengebied als recreatiegebied wordt vergroot. In beperkte mate kan hier medewerking aan worden verleend. Dit is (sowieso) alleen mogelijk wanneer het ook daadwerkelijk de recreatie faciliteert en overdag geopend is.

### 5.6.2 Focus op bruisende kwaliteit en diversiteit

#### Beleidsdoel: focus op bruisende kwaliteit en diversiteit

Hoewel er marktruimte bestaat in Veldhoven voor nieuwe horeca, moet de focus liggen op het toevoegen van meer kwaliteit en diversiteit in aanbod dat een bijdrage levert aan de verblijfs- en ontmoetingsfunctie van het Citycentrum en het centrum van Veldhoven-dorp (Kromstraat). Een verdere toename van afhaal- en bezorg-horeca in de categorie fastfood is niet wenselijk.

- Beleidsmatig ligt de prioriteit bij de opgave om het horeca aanbod in het Citycentrum zowel kwantitatief als kwalitatief te versterken, met als doel een betere verblijfs- en ontmoetingsfunctie. Denk aan daghoreca gericht op lunch en koffie, maar ook restaurants die ook in de avonden zorgen voor reuring. Met name het plein (Meiveld)

kan ruimte bieden aan nieuwe horeca met aantrekkelijke (plein-)terrassen, ook in combinatie met warenmarkt.

- In Veldhoven-dorp is momenteel al sprake van een aantrekkelijk en bruisend horecagebied. Hier ligt de opgave om de bestaande situatie te behouden en waar mogelijk kwalitatief te versterken. Belangrijk is een goed evenwicht te behouden in verschillende functies in dit staddeel, zodat er geen overaanbod ontstaat of 'meer van hetzelfde'.
- Een substantiële toename van fastfoodhoreca gericht op afhalen- en bezorgen is niet wenselijk. Dit aanbod is de afgelopen jaren al fors gestegen en heeft binnen centra vaak ook negatieve effecten op de omgevingskwaliteit, zoals verkeersoverlast, onveilige situaties en matige uitstraling. Het druipt bovendien in tegen het uitgangspunt van het versterken van de verblijfs- en ontmoetingsfunctie. De consumentenvraag in deze sector is echter groot. Vestig deze bedrijven op geschikte locaties, o.a. met voldoende uitvalswegen, parkeervoorziening en minder impact op de omgeving hebben.

### 5.6.3 Balans tussen leefbaarheid en levendigheid

#### **Beleidsdoel: Balans tussen leefbaarheid en levendigheid**

Met name avond- en nachthoreca kan op gespannen voet staan in woongebieden, door onder andere geluid- en geuroverlast. Het beleid streeft naar een goede balans tussen enerzijds een leefbaar woonklimaat, maar anderzijds voldoende levendigheid in de centra.

- Centrumgebieden hebben primair een publieksfunctie en zorgen voor reuring en levendigheid. Voor het Citycentrum geldt de ambitie dat er zowel overdag als in de avonden meer levendigheid ontstaat. Dit vergroot daarmee de sociaal-maatschappelijke waarde van het centrum als centrale ontmoetingsplek voor Veldhoven. Nachthoreca wordt niet voorzien, om onevenredige overlast met

(nieuwe) bewoners te voorkomen. Te meer ook de woonfunctie van het Citycentrum versterkt wordt door realisatie van substantiële woningbouw.

- Het centrum van Veldhoven-dorp behoudt de huidige bruisende functie, zowel overdag als in de avond. Hetzelfde geldt voor het centrum van Zeelst, waar het accent ligt op levendigheid in de avond en nacht. Een verdere uitbreiding van de nachthoreca is niet gewenst. Niet vanwege eventuele toename van de overlast te voorkomen, maar ook bedrijfseconomisch niet, omdat dit op termijn ongewenste leegstand kan veroorzaken.
- In de buurt- en wijkcentra ligt het accent van horeca op dagbezoek in het verlengde van het boodschappen doen. Avond en nachthoreca is niet gewenst, omdat deze centra centraal in woongebieden liggen waar leefbaarheid belangrijker is dan levendigheid.
- Om de balans te borgen gelden vestigingsbeperkingen voor verschillende horecatypen. Horecaconcepten met meer of grotere omgevingseffecten, zoals cafés, restaurants en nachtclubs worden enkel toegestaan op daarvoor aangewezen locaties binnen centra.

### 5.6.4 Horeca & gezondheid

#### **Beleidsdoel: aandacht voor alcoholmatiging, gokverslaving en drugsgebruik**

"Alcohol maakt meer kapot dan je lief is" is een slogan die nog steeds actueel is. De gemeente, het bedrijfsleven en paracommerciële instellingen (alle vergunninghouders) hebben gezamenlijk een verantwoordelijkheid om de gezondheid van inwoners te bewaken.

- Overmatig alcoholgebruik kan leiden tot gezondheidsschade aan de betrokkene, maar kan ook andere (ongewenste) effecten veroorzaken. Denk aan uitgaansgeweld, vernielingen, (geluids-) overlast, verkeersrisico's et cetera.

- De Alcoholwet geeft op het gebied van Alcoholmatiging voorschriften en aanwijzingen aan professionele drankverstrekkers.
- De gemeente heeft een Preventie- en handhavingsplan alcohol opgesteld. Hieraan is ook een Sanctiebeleid Alcohol en Horeca gekoppeld.
- Ook zijn er diverse gezondheidsprogramma's op regionale schaal in Brabant.
- Kansspelautomaten zijn vergunningplichtig.
- Drugsgebruik wordt niet getolereerd in de horeca.

### 5.6.5 Blurring mogelijk binnen wettelijke kaders

#### **Beleidsdoel: Blurring mogelijk binnen wettelijke kaders**

Het vermengen van activiteiten in één concept is van meerwaarde voor de consument en ondernemerschap. De gemeente Veldhoven wil dit toestaan binnen de centra en binnen de wettelijke kaders die hiervoor gelden.

- Blurring, branchevervaging en/of –vermenging is binnen de centra en wettelijke kaders toegestaan. Met name in het Citycentrum en het centrum van Veldhoven-dorp is het wenselijk om meer beleving te bieden aan de consument en ondernemers meer ruimte te geven om te kunnen ondernemen.
- Als winkels ook horeca-activiteiten toepassen, zoals een koffiecorder of het uitdelen van hapjes dient dit ondergeschikt te zijn aan de hoofdactiviteit. Reguliere horeca dient immers aan diverse regelgeving te voldoen en oneerlijke concurrentie is niet wenselijk.
- Zodra sprake is van schenken van alcohol dient voldaan te worden aan de Alcoholwet. Blurring is in de Alcoholwet niet toegestaan, met uitzondering het schenken van alcoholhoudende dranken in slijterijen (bijvoorbeeld een proeverij). Wel is het toegestaan voor horeca

om detailhandel te voeren, mits dat in een aparte lokaliteit gebeurt. Zo blijft er scheiding tussen de horecaverunning en detailhandel.

### 5.6.6 Investeren in aantrekkelijke terrassen

#### Beleidsdoel: Investeren in aantrekkelijke terrassen

Terrassen zorgen voor levendigheid, en dragen bij aan de sociale functie van de horecasector en de uitstraling van centra. De gemeente zet in samenwerking met de horecasector in op moderne en toekomstbestendige terrassen.

- Gasten willen steeds meer buiten verblijven, wat zorgt voor meer behoefte aan terrasruimte. Goede terrassen dragen bij aan aantrekkelijke centra. Bij de plaatsing moet wel rekening worden gehouden met andere gebruikers, de kwaliteit van de openbare ruimte en de openbare veiligheid. De omgang met terrassen kent verschillende uitdagingen, met name in de centra. Er is behoefte aan meer terrasruimte, een kwaliteitsslag en de gemeente behoort grip te houden op de openbare ruimte. In het Citycentrum zijn er eventueel uitbreidingsmogelijkheden (maatwerk).
- Onbenutte openbare ruimte, in de directe nabijheid van het horecabedrijf kan mogelijk benut worden voor terrassen, ook als het niet recht voor de eigen gevel gesitueerd is. In alle gevallen dient het (ruimtelijk) passend te zijn, te voldoen aan alle (veiligheids-)regels en in goede samenspraak met eventueel andere belanghebbenden.

### 5.6.7 Stimuleren en versterken duurzaamheid

#### Beleidsdoel: Stimuleren en versterken duurzaamheid

De gemeente juicht duurzaamheidsmaatregelen van ondernemers toe, zowel op het gebied van de inrichting, van het menu, het terras en het vastgoed. Duurzaamheid voorziet in de behoefte van de consument, maar is ook noodzakelijk in het kader van gezondheid en bredere klimaatadaptatiedoelstellingen.

- Overheid moet niet op de stoel van de ondernemer gaan zitten, maar kan middels gericht beleid (of eventueel stimuleringsmaatregelen) bepaalde projecten en investeringen stimuleren. Denk aan verwarmde kussens (in plaats van heaters), afvalscheiding optimaliseren (opslagprobleem), regioproducten stimuleren, zero emissiezones, samenwerking in afval ophalen (minder transportbewegingen), terugdringen voedselverspilling, gezamenlijke aanschaf/inkoop, et cetera.

### 5.6.8 Paracommerciële horeca

#### Beleidsdoel: eerlijke concurrentie, gelijk speelveld

De gemeente voert een actief beleid om oneerlijke concurrentie tegen te gaan en daarmee het bestaansrecht van de horeca te ondersteunen.

- De gemeente Veldhoven heeft een ruim aantal paracommerciële locaties. De laatste exacte telling dateert van 2019: 25 instellingen.
- De gemeente legt (conform landelijke Alcoholwet) paracommerciële instellingen beperkingen op in hun vergunning ten aanzien van alcoholverstreking. In de APV van de gemeente zijn de (maximale)

schenktijden opgenomen en de beperking voor het houden van bijeenkomsten van persoonlijke aard (bruiloften, verjaardagen, koffietafels, etc.) en het aanprijzen hiervan.

- De gemeente heeft een handhavende taak hierin. Zij acteert op meldingen, is alert op aanprijzingen/publicaties en geeft het goede voorbeeld.

#### Paracommerciële horeca

Paracommerciële horeca is een horecavoorziening bij een niet-commerciële instelling (denk aan stichtingen en verenigingen) die zich in de eerste plaats richten op andere activiteiten, zoals sport, educatie, cultuur, religie, et cetera. Horeca is daar een nevenactiviteit. Omdat deze instellingen vaak subsidies ontvangen, met vrijwilligers werken of andere (fiscale) voordelen genieten, worden er beperkingen opgelegd via de Alcoholwet. Denk aan beperking van schenktijden en het verbod op feesten van persoonlijke aard (verjaardagsfeestjes, bruiloften, etc.). Dit om de reguliere horeca geen oneerlijke concurrentie aan te doen. De horeca-activiteiten zijn zeer verschillend van omvang, kwaliteit en toegankelijkheid. Aan de andere kant is er een ongelijk speelveld dat de (wettelijke) beperking met betrekking tot het schenken van alcohol rechtvaardigt.



## 6 Uitwerking visie op gebiedsniveau

De visie en beleidsdoelen in het voorgaande hoofdstuk zijn verder doorverteld naar de verschillende centra en gebieden in Veldhoven. Hierin is aandacht voor zowel de huidige als toekomstige structuur. Er komen immers veel nieuwe woningen en inwoners op de gemeente Veldhoven af. Uit de analyse blijft dat op sommige punten de bestaande structuur minder toekomstbestendig is.



## 6.1 Visie functionele structuur Citycentrum

Indien we de conclusies uit de analyse, de trends, de visie en beleidsdoelen ruimtelijk vertalen naar het Citycentrum, komen daar de volgende uitgangspunten voor detailhandel, horeca en dienstverlening uit voort. Deze uitgangspunten zijn meegenomen in de ontwikkeling van het Masterplan (zie figuur 10).

- Een **compact kernwinkelgebied** is noodzakelijk. Een zo goed als aaneengesloten winkelfront is hier uitgangspunt, zodat de consument makkelijk kan kijken en vergelijken. Een duidelijk winkelronde blijft in de toekomst relevant. Van een duidelijke krimpogave is gezien de forse groei van het draagvlak geen sprake. Het huidige aantal m<sup>2</sup> wvo (recreatieve) niet-dagelijkse winkelruimte dient minimaal op peil te blijven en voor dagelijkse voorzieningen bestaat een uitbreidingsbehoefte en opgave voor toevoeging van één moderne discountsupermarkt. De totale winkelruimte neemt daardoor eerder toe dan af. Het centrum wordt compacter door herstructurering en verplaatsen van winkelaanbod en –trekkers.
- Deze visie zet voor het Citycentrum in op het versterken van de **boodschappenfunctie** met minimaal twee volwaardige en moderne supermarkten en mogelijk drie supermarkten. Toevoeging van een moderne discountsupermarkt is de ambitie. Idealiter wordt de visie bereikt door relocatie van één of meerdere bestaande supermarkten in Veldhoven of omgeving, met aandacht voor transformatie van de achterblijvende locatie.
- Een discountsupermarkt ontbreekt momenteel in het Citycentrum, terwijl er in de directe omgeving relatief veel mensen wonen met een modaal of lager inkomen. Een **discounter is complementair** aan de bestaande supermarkten en speelt in op de kwalitatieve behoefte van inwoners. Bovendien zal een nieuwe discounter naar verwachting bezoekers uit heel Veldhoven trekken, waar andere voorzieningen in het Citycentrum ook van kunnen profiteren.



Figuur 10: Citycentrum Veldhoven.

- Om de gewenste versterking van de boodschappenfunctie te bereiken dienen de **randvoorwaarden** optimaal te zijn. Goede bereikbaarheid, makkelijk en (gratis) parkeren en een moderne maatvoering zijn belangrijke voorwaarden voor een economisch goed functionerende supermarkt in het Citycentrum, zeker als dit een discount betreft. Dit geldt ook voor het overige voorzieningenaanbod. Hierbij is ook de context relevant. In de wijkcentra, die op korte afstand liggen van het Citycentrum, is parkeren en bereikbaarheid zeer gunstig. Bereikbaarheid en parkeren is ook voor andere voorzieningen in het Citycentrum een belangrijk uitgangspunt.
- Een **goede bereikbaarheid** met zowel de auto als de fiets is belangrijk. Gemak en efficiëntie staat centraal, maar via een aantrekkelijke (ruimtelijke) verbinding met de rest van het centrum worden bezoekers verleid het centrum in te lopen. Een goede bereikbaarheid hangt daarmee samen met optimale combinatiebezoeken.
- Gekoppeld aan een goede bereikbaarheid is kwalitatief hoogwaardig **parkeren** voor zowel automobilisten als (elektrische) fietsers. Voor de auto ligt met name een opgave om te komen tot kwalitatief betere parkeervoorzieningen. Hiermee bedoelen we zo veel mogelijk gemak en efficiëntie in de parkeerbeleving. Dit is essentieel voor het functioneren van met name het winkelaanbod, zoals de supermarkten. Er is als onderdeel van deze visie geen specifiek parkeeronderzoek gedaan. Wel vraagt de parkeercapaciteit aandacht, gezien toevoeging van substantieel veel woningen en een functie zoals een (discount)supermarkt met een hoge parkeerbehoefte. Er ligt een opgave om (elektrische) fietsers beter te bedienen in parkeervoorzieningen.
- Naast supermarkten is ook een versterking in het **dagelijkse speciaalzakenaanbod** wenselijk. Hierdoor heeft de consument ook wat te kiezen en te combineren. Een bakker, slager of groenteboer functioneert het beste in de directe omgeving van een supermarkt. Daarnaast zijn er kansen voor kleinschalige doelgroepsupermarkten, omdat Veldhoven zich kenmerkt door (toekomstige) bewoners met verschillende migratie achtergronden (expats).
- Het Citycentrum krijgt in deze visie naast een winkelfunctie ook een nadrukkelijker **verblijfs- en ontmoetingsfunctie**. Dit betekent dat wordt ingezet op een grotere functiemix en – menging met onder andere meer (dag)horeca met terrasfunctie, meer diensten en ambachten en eventueel kleinschalige werklocaties (eventueel met atelierfunctie). Deze verbreding van publieksgericht functieaanbod resulteert ook in meer ruimtebehoefte in de plint. Dit kan ook onderbouwd worden vanuit de kwantitatieve behoefte: er ontstaat meer marktruimte voor nieuw aanbod. Ook dient nieuwe ruimte gecreëerd te worden voor op termijn eventuele verplaatsers van gebieden elders in Veldhoven, bijvoorbeeld vanuit de Burgemeester van Hoofflaan of andere solitaire locaties. Dit bevordert de concentratie van voorzieningen en het combinatiebezoek.
- **Trekkers**, zoals supermarkten en warenhuizen, dienen **op strategische ‘koppen’** gesitueerd te worden. Trekkers worden strategisch gesitueerd om een optimale doorbloeding van de loop te bereiken en daarmee combinatiebezoeken met tussenliggende winkels en voorzieningen te stimuleren. Voorkomen moet worden dat één deel van het centrum (te) doelgericht bezocht wordt. Het samenvoegen van trekkers is mogelijk, mits voldoende maatregelen worden getroffen om combinatiebezoek met het hele centrum te optimaliseren.
- Het Meiveldplein aan onder meer de Schalm dient als **centrale verblijfs- en ontmoetingsplek**. Dit is de aangewezen plek voor nieuwe en aantrekkelijke horeca (mét terrassen) om een bruisende plek te creëren. Ook op strategische centrale plekken (pleinen) in het kernwinkelgebied is ruimte voor verblijfsfuncties om de pleinfunctie te versterken. Denk aan daghoreca met terrasfunctie. Dit zijn ook kansrijke plekken om meer met groen, water en speelelementen voor kinderen te doen.
- De **aanloopgebieden** naar het Citycentrum behouden eveneens een belangrijke publieksfunctie, maar meer gericht op dienstverlening, ambachten en kleinschalige werkfuncties. Ze zijn bovendien overloopgebieden waar enige vermenging van publieksfuncties wenselijk is. Ze kunnen lokale en zelfstandige publieksfuncties faciliteren tegen een lagere huurprijs. Enige schuifruimte c.q. frictieleegstand in deze gebieden is nodig om nieuwe initiatieven en ondernemers te kunnen faciliteren (tegen een lagere huurprijs).
- In de plannen krijgt het Citycentrum een veel dominantere **woonfunctie**. Het centrum gaat letterlijk de lucht in. Er is sprake van stedelijke verdichting. Dit is positief voor de leefbaarheid en zorgt voor extra ‘reuring’ en draagvlak. Wonen in de plint is in het kernwinkelgebied en de aanloopgebieden niet wenselijk, omdat hierdoor geen ‘open’ en aantrekkelijke entree ontstaat. Uitgangspunt is een levendige plint met publieksfuncties die bijdragen aan een ‘bruisend’ centrumgebied.



### Participatiebijeenkomst Masterplan

*“We (bewoners) willen meer groen en bruisende en levendige plinten. Het Citycentrum is nu heel dood met veel blinde gevels. Weinig aantrekkelijk dus.”*

*“De herontwikkeling van het gebied rond de Citypassage biedt kansen om de groene kwaliteit van het park meer te verbinden met het centrum.”*

*“Toevoegen van één nieuwe supermarkt is belangrijk om meer trekkracht te krijgen in het centrum. Daar hebben ook bestaande ondernemers profijt van.”*

*“Parkeren en bereikbaarheid blijft een aandachtspunt. Er is geen behoefte aan meer parkeermogelijkheden, maar wel aan kwalitatief betere parkeerplaatsen.”*

*“Het fietsparkeren en de routing is momenteel onvoldoende. Een groot deel van de bezoekers komt met de fiets, maar moet die fiets ook op een logische plek kunnen parkeren.”*

*“Meer woningen zijn wenselijk. Dit is goed voor de leefbaarheid. Wonen in de plint is echter niet verstandig. Levendige ‘open’ plinten zijn wenselijk.”*

## 6.2 Visie op buurt-/wijk- en perifere centra Veldhoven

### Versterken boodschappenfunctie buurten- en wijken

De prioriteit van de visie ligt bij het versterken van de boodschappenfunctie van het Citycentrum. Dit betekent echter niet dat de komende jaren geen ontwikkelingsmogelijkheden zijn in de buurten en wijken. Op basis van de analyse zijn ook in de buurten en wijken opgaven om met name het supermarktaanbod te moderniseren in het belang van de leefbaarheid van (nieuwe) inwoners. Deze visie staat open voor initiatieven die een bijdrage leveren aan de leefbaarheid van (nieuwe) inwoners en toetst deze aan de hand van de volgende uitgangspunten.

- Een supermarktontwikkeling in de buurten en wijken mag niet ten koste gaan van de genoemde versterking van de boodschappenfunctie in het Citycentrum. Ook mag er geen sprake zijn van een onaanvaardbaar omzeteffect op het boodschappenaanbod in het Citycentrum.
- De uitbreiding van het supermarktaanbod dient de woningbouw en bevolkingsgroei te volgen, om onaanvaardbare effecten te voorkomen. Uitbreidingen moeten op termijn kwantitatief te onderbouwen zijn op basis van de behoefte.
- Om een te grote verzorgingsfunctie te voorkomen en daarmee de complementariteit met het Citycentrum te borgen, hebben (nieuwe) buurtcentra maximaal één supermarkt. Bestaande situaties worden ten aanzien van dit punt niet actief aangepast.
- Een solitaire supermarktontwikkeling is niet toegestaan, wat mede volgt uit het regionale en provinciale detailhandelsbeleid. In het geval van relocatie dient concentratie uitgangspunt te zijn. Dit betekent dat sprake is van het creëren van bijvoorbeeld een nieuw buurtcentrum met één supermarkt en aanvullende buurtgerichte voorzieningen. Gedacht kan worden aan:
  - kinderopvang voor jonge gezinnen;
  - zorgvoorzieningen voor ouderen;
  - enkele buurtgerichte horecazaken;

- diensten en ambachten, zoals een kapper, schoonheidssalon en stomerij;
  - paketservicepunt en/of pakket afhaalmuur.
- In het geval relocatie van een supermarkt aangemerkt is als denkbaar alternatief of modernisering binnen de bestaande concentratie, dient altijd sprake te zijn van structuurversterking. Dit betekent dat er een plan moet zijn voor transformatie en/of herinvulling van de achter te laten locatie.

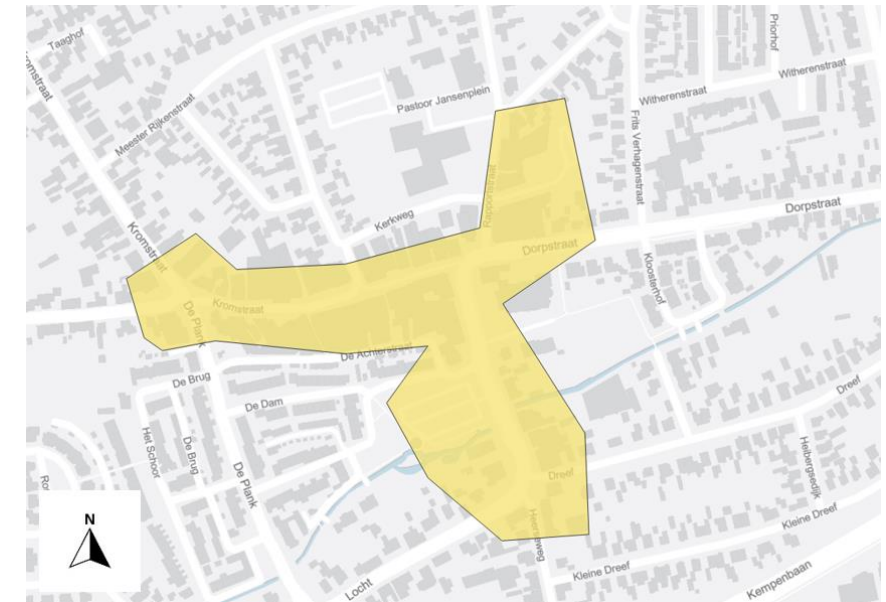
### Nuancering bij afweging initiatieven buurten en wijken

In bijlage 5 is de kwantitatieve behoefteaming voor de dagelijkse sector in Veldhoven opgenomen. Daaruit blijkt dat er op dit moment geen behoefte is aan nieuwe winkelmeters in de dagelijkse sector, maar dat er in de toekomst door substantiële woningbouw en bevolkingsgroei wel nieuwe behoefte ontstaat. De bandbreedte is met circa 1.750 tot 5.400 m<sup>2</sup> wvo uitbreidingsruimte relatief groot. Dit vraagt om enige terughoudendheid bij toevoeging van nieuw boodschappenaanbod. De kwaliteit dient altijd leidend te zijn boven de kwantitatief. Benadrukt moet worden dat de toekomst onzeker is. Het is op dit moment niet te voorspellen welke initiatieven zich in de toekomst zullen voordoen, welke locaties beschikbaar komen voor relocatie en/of transformatie en welke effecten dit zal veroorzaken op de bestaande structuur. Elk supermarktinitiatief dient daardoor getoetst te worden aan de Ladder voor duurzame verstedelijking, waarin specifiek aandacht moet zijn voor de effecten op de andere centra in Veldhoven, waaronder het Citycentrum. Ook is verplicht advies nodig van de RACD.

## 6.3 Visie functionele structuur Kromstraat

### Centrum Veldhoven-dorp (Kromstraat)

#### Dorpscentrum

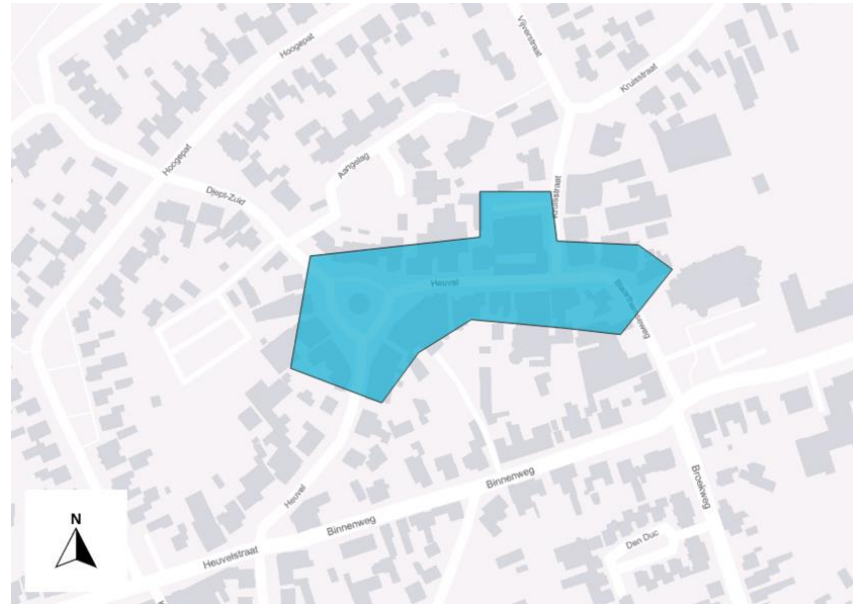


Figuur 11: Concentratie centrum Veldhoven-dorp (Kromstraat).

**Behouden:** Het centrum van Veldhoven-dorp functioneert goed, is momenteel al redelijk compact en kent nauwelijks tot geen leegstand. Het centrum is een belangrijke ontmoetingsplek voor inwoners in Veldhoven-dorp, wat behouden moet blijven. De kwaliteit van het centrum ligt in het onderscheidende hoogwaardige winkelaanbod dat zich primair concentreert aan de Kromstraat én de horeca. De vele zelfstandige en lokale ondernemers zijn sterk betrokken en werken goed samen via het centrummanagement. Voor het centrum van Veldhoven-dorp gelden de volgende beleidsdoelen.

- De kwaliteit en aantrekkelijkheid dient behouden te blijven voor de toekomst, zowel in samenstelling van het voorzieningenaanbod als in uitstraling van het vastgoed en de openbare ruimte.
- Aandachtspunt is het behoud van een aaneengesloten publieksplint. Als er leegstand ontstaat in de winkelstraat is transformatie naar 'gesloten' functies niet gewenst, zoals wonen in de plint. Dit doet afbreuk aan de publieks- en belevingswaarde.
- Nieuwe initiatieven dienen zoveel mogelijk in/of aansluitend aan het bestaande 'winkel- en horecafront' te worden gesitueerd. Verdere versnippering ter hoogte van De Plank en de Kromstraat-west is niet gewenst. Hier zijn de kansen voor nieuwe winkel- en horecavoorzieningen beperkt, omdat het 'uit de loop' van het gebied ligt.
- Hetzelfde geldt voor de verspreide voorzieningen aan de zuidzijde van de Dorpstraat en de Locht. Ook hier zijn nieuwe initiatieven waarschijnlijk minder kansrijk en daardoor minder gewenst.
- Ook de supermarkten aan de Rapportstraat en het horeca aanbod aan de Dorpstraat zijn onderdeel van het centrum. Behoud van dit aanbod is uitgangspunt.
- Waar binnen het bestaande centrum kansen liggen om het aanbod in kwalitatieve zin te optimaliseren is dit wenselijk. Denk bijvoorbeeld aan het optimaliseren van de parkeersituatie bij de fullservice-supermarkt.
- De bestaande samenwerkingsvorm functioneert goed en dient behouden te blijven. Het huidige reclamebelastinggebied blijft gehandhaafd. Dit gebied is iets groter dan de bovenstaande kaart.

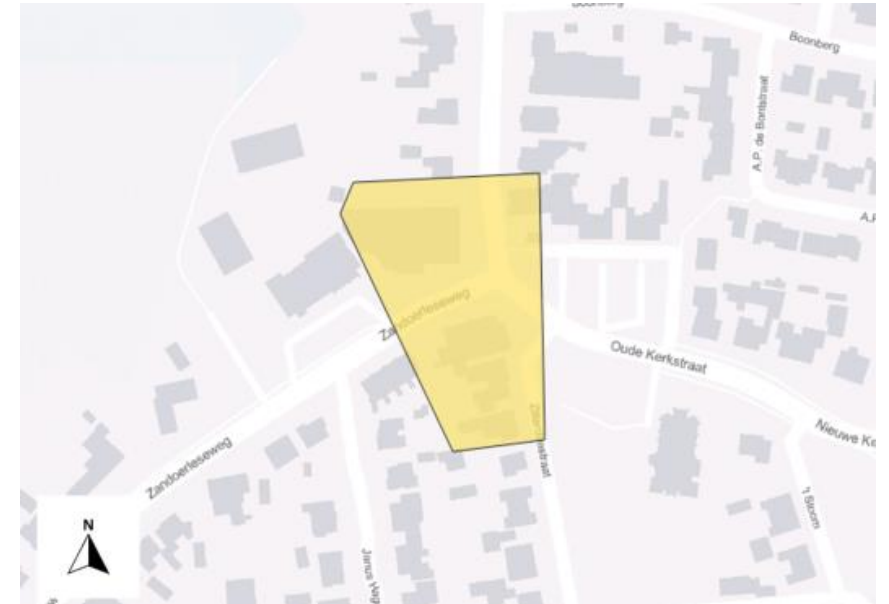
### Zeelst Kerkdorp



Figuur 12: Concentratie Zeelst.

**Veranderen:** het centrum van kerkdorp Zeelst heeft een sterke horeca-functie in de avond en nacht. De winkelfunctie beperkt zich tot en rondom de kleine gemakssupermarkt. Op termijn is de kans groot dat het horeca aanbod zal afnemen als gevolg van autonome ontwikkelingen en bedrijfsbeëindigingen. Deze visie zet in op het behoud van enkele publieksfuncties in het centrum van Zeelst. De karakteristieke waarde van het centrum dient behouden te blijven. Daarmee onderstreept deze visie het belang van een lokale ontmoetingsplek in Zeelst. Een kleinschalig evenementenlocatie kan een aanvulling vormen. Transformatie naar andere publieksvoorzieningen is kansrijk. Daarmee zal het gebied geleidelijk verkleuren van een bruisend horecagebied in de avond en nacht, naar een ontmoetingsplek gedurende de dag. Dit verhoogt ook de leefbaarheid voor omwonenden. Dienstverlening en zorg zijn bij uitstek functies die passend zijn bij deze nieuwe centrumfunctie.

### Oerle Kerkdorp



Figuur 13: Concentratie Oerle.

**Behouden.** In het hart van (kerkdorp) Oerle, in nabijheid van Gerard Verkemansplein, zijn enkele horecabedrijven gevestigd en een kapper. Het plein biedt ruime parkeermogelijkheden voor bezoekers aan het uitgaanscentrum en restaurant. Vergelijkbaar met Zeelst, geldt ook voor Oerle dat de waarde van het karakteristieke kerndorp wordt onderschreven. Behoud van enig voorzieningenaanbod is daardoor wenselijk. Van uitbreiding van het aanbod is waarschijnlijk in de toekomst geen sprake, hooguit van meer kleinschalige ontwikkelingen die meerwaarde bieden/aanvulling zijn op huidig aanbod. Eventueel in combinatie met een vers speciaalzaak, bijvoorbeeld een lunchroom-koffiezaak die ook brood verkoopt. Een ijssalon voor recreanten biedt kansen. Verder is in het proces het idee genoemd voor mogelijk een hotel of bed & breakfast. De visie staat in elk geval open voor dergelijke initiatieven in Oerle.

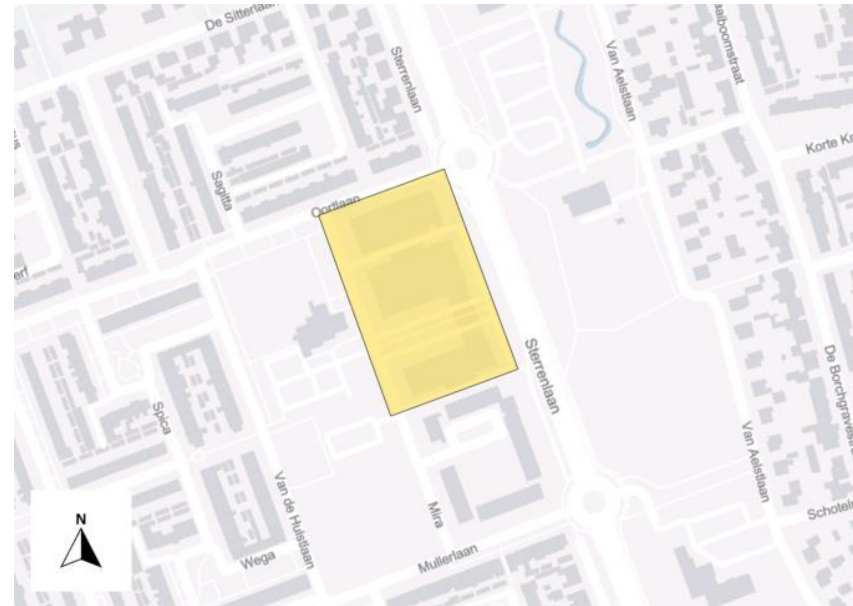
## Meerveldhoven Kerkdorp



Figuur 14: Concentratie Meerveldhoven.

**Behouden of veranderen:** In kerkdorp Meerveldhoven zit van oudsher nog een voorzieningenstrip centraal in het dorp. Momenteel bestaat het aanbod vooral uit horeca en enkele winkels en diensten. De strip vervult daarmee momenteel een functie voor de lokale economie. Beleidsmatig ligt niet de focus op dit gebied. Een autonome verandering van de branchering is op termijn denkbaar, bijvoorbeeld naar dienstverleners en zorg. Nieuwe initiatieven op het gebied van detailhandel en horeca zijn niet gewenst. Afhankelijk van de woningbouwontwikkelingen en groei van het aantal inwoners zijn boodschappenvoorzieningen in dit deel van Veldhoven in de toekomst mogelijk wel gewenst. Welke locatie dit dan moet krijgen vraagt op dat moment om nadere uitwerking.

## Mira Wijkcentrum



Figuur 15: Concentratie Mira.

**Behouden:** winkelcentrum Mira heeft met twee complementaire supermarkten en aanvullend boodschappenaanbod een zeer goede uitgangspositie. Het centrum vervult een belangrijke functie voor de consumentenverzorging en leefbaarheid. Het centrum is bovendien voor veel inwoners goed bereikbaar. Er ligt geen specifieke opgave om het centrum te versterken. Hooguit in kwalitatieve zin is ruimte voor modernisering van het bestaande supermarktaanbod, mits ruimtelijk inpasbaar binnen de bestaande contour.

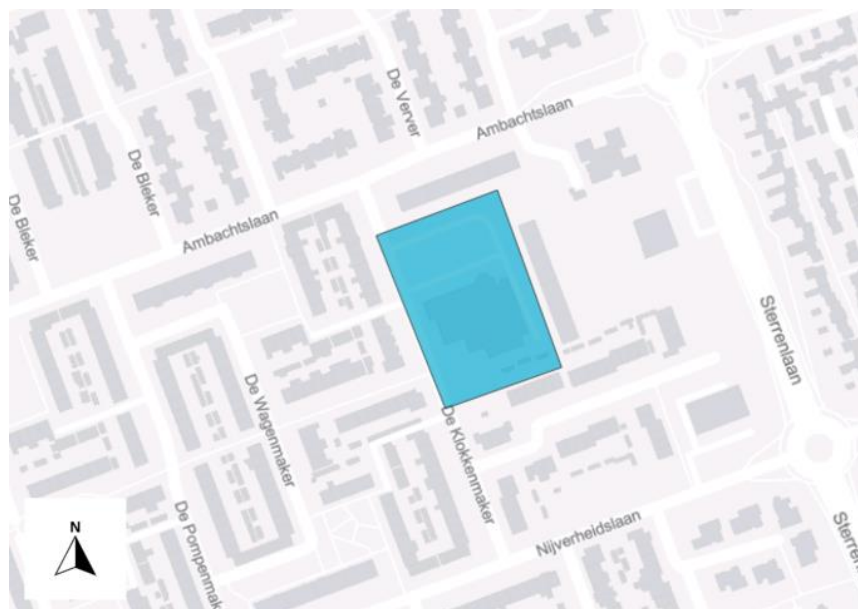
## Heikant Buurtcentrum



Figuur 16: Concentratie Heikant.

**Versterken:** winkelcentrum Heikant ligt centraal in de gelijknamige wijk en heeft daarmee een belangrijke verzorgingsfunctie voor de inwoners. Het centrum draagt bij aan de leefbaarheid, omdat inwoners op korte afstand van de woning worden voorzien in de eerste levensbehoefte. Ook de aanwezigheid van een apotheek en gezondheidscentrum is van meerwaarde. Uitbreiding en modernisering van de bestaande supermarkt is wenselijk, om de huidige positie te behouden en de consument nog beter te bedienen. Na uitbreiding van de bestaande supermarkt is een verdere uitbreiding van het supermarktaanbod niet wenselijk.

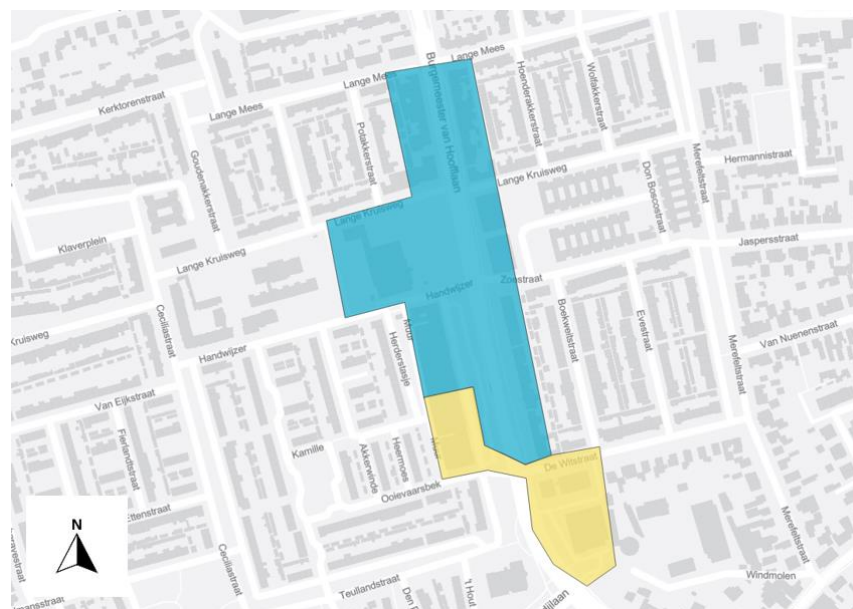
### 't Look Buurtcentrum



Figuur 17: Concentratie 't Look.

**Versterken of veranderen:** winkelcentrum 't Look heeft momenteel een functie voor de leefbaarheid in de buurt, maar de supermarkt functioneert matig. Als binnen het bestaande buurtcentrum ruimte ontstaat om de supermarkt uit te breiden en te moderniseren is dit denkbaar of overweegbaar. Relocatie is denkbaar onder voorwaarden. De nieuwe locatie zou in dezelfde omgeving gevonden moeten worden, zodat inwoners op korte afstand boodschappen kunnen blijven doen. Deze nieuwe locatie zou tevens moeten voorzien in de behoefte van nieuwe inwoners (Zilverackers e.o.). Een solitaire supermarktontwikkeling is niet toegestaan. De nieuwe locatie dient ook ruimte te bieden aan enkele andere buurtgerichte voorzieningen. Bovendien dient het bestaande buurtcentrum getransformeerd te worden in het kader van duurzaam ruimtegebruik. Transformatie naar wonen is dan denkbaar.

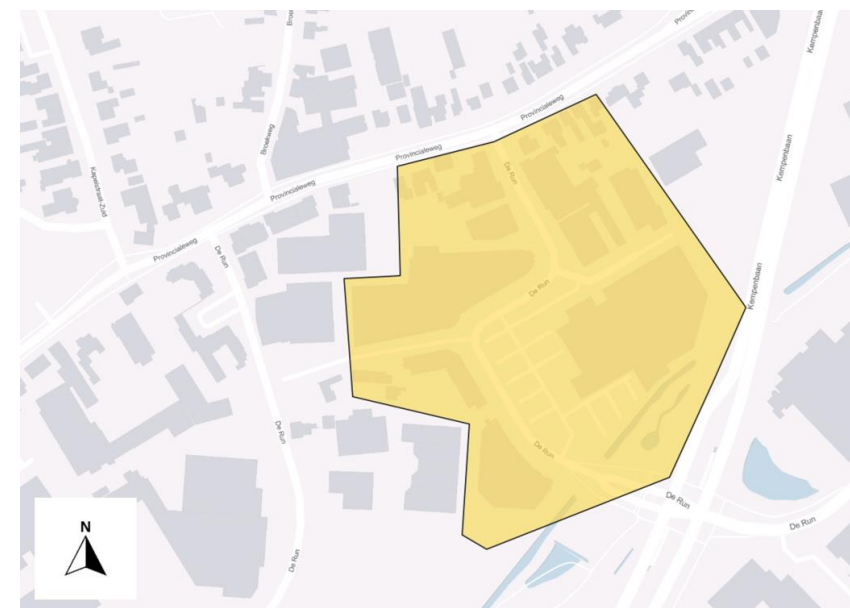
### Burgemeester van Hoofflaan Buurtcentrum



Figuur 18: Concentratie Burgemeester van Hoofflaan.

**Behouden en veranderen:** de Burgemeester van Hoofflaan heeft een diffuus profiel met zowel horeca, diensten en winkels. De langgerekte structuur en beperkte synergie tussen de functies maakt dat het centrum als geheel weinig toekomstperspectief heeft. De visie zet in op gedeeltelijke transformatie van het centrum naar wonen. Op termijn verdwijnt voor een groot deel de juridische mogelijkheid voor winkels- en horeca (blauwe kleur kaartje) om zich te vestigen. Door de sterk stedelijke structuur is behoud van enig voorzieningenaanbod op termijn denkbaar. Niet alles zal direct verdwijnen. Het behoud van één supermarkt met enkele buurtgerichte voorzieningen in dit deel van Veldhoven (Zuidoost) is wenselijk vanuit het oogpunt van leefbaarheid en korte reisafstanden. Dit kan zijn binnen de bestaande contour (geel) of via relocatie elders binnen hetzelfde verzorgingsgebied. Ook het Citycentrum biedt kansen voor relocatie van met name de discountsupermarkt.

### De Run 3000 Perifere concentratie



Figuur 19: Concentratie De Run 3000.

**Behouden:** winkelconcentratie De Run 3000 wordt gekenmerkt door Groenen, enkele aanpalende woonwinkels en een babywoonwinkel. De concentratie vervult primair een lokale functie, met uitzondering van Groenen. Die trekt ook uit de regio bestedingen aan. Gezien de ruimtebehoefte en regionale keuzes op het gebied van doelgericht winkelen en de belangen de werkfuncties op De Run (onder andere ASML) is een verdere uitbreiding van perifere (winkel)concentratie De Run 3000 niet wenselijk. Binnen de bestaande contour blijft echter wel ruimte voor eventuele uitbreiding of vernieuwing van bestaand aanbod.



## 7 Uitvoering

In dit hoofdstuk staan enkele instrumenten en maatregelen benoemd om de doelen uit de visie te bereiken. Het 'hoe' om het 'wat' te bereiken. Dit gaat zowel in op acties voor de gemeente, ondernemers als vastgoedeigenaren. Alleen in een goede samenwerking kan succesvol uitvoering worden gebracht aan de visie. Verwezen wordt naar de uitvoeringsparagraaf van de regionale detailhandelsvisie SGE.



## 7.1 Samenwerking

Uitvoering van de visie is alleen mogelijk in goede samenwerking tussen de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren. De samenwerking is op dit moment op orde, maar vraagt continue aandacht. Ieder moet zijn/haar eigen rol en verantwoordelijkheid pakken.

- De **gemeente** heeft primair een faciliterende rol via het omgevingsplan en het wel/niet toestaan van afwijkingen hierop. Voor specifiek het Citycentrum pakt de gemeente een actieve rol, evenals ten aanzien van het saneren van onbenutte plancapaciteit.
- De **ondernemers** geven invulling aan de wenselijke detailhandels- en horecastructuur. Zij moeten innoveren en vernieuwen om relevant te blijven en de consument te blijven bedienen.
- De **vastgoedeigenaren** hebben de sleutel in handen bij transformatie en branchering. Zij bepalen welke functie/huurder er in het pand komt en kunnen sturen op kwaliteit.

## 7.2 Acties gemeente Veldhoven

### 7.2.1 Programma en Omgevingsplan

#### Status beleidsdocument

Deze visie krijgt onder de Omgevingswet de status 'Programma'. Dit betekent dat de beslissingsbevoegdheid primair bij het college van B&W ligt. Het is gezien het belang ook aan te bevelen de gemeenteraad mee te nemen in de besluitvorming. Uploaden in het DSO is eveneens aan te bevelen, voor betere raadpleegbaarheid en toetsbaarheid.

#### Omgevingsplan

De visie dient geborgd te worden in het omgevingsplan. Bij het opstellen van dit omgevingsplan dient aandacht te zijn voor het volgende.

- Indien gekozen wordt om supermarkten specifiek aan te duiden, dient ook een duidelijke definitie te zijn opgenomen. Geadviseerd

wordt aan te sluiten bij de huidige definitie die in Veldhoven gangbaar is: *“een detailhandelsbedrijf in de vorm van een zelfbedieningswinkel waar hoofdzakelijk levensmiddelen, voedingsmiddelen - inclusief versartikelen zoals groente, brood, vlees en zuivel - en huishoudelijke artikelen worden verkocht, met een bruto vloeroppervlak (bvo) van tenminste 500 m2.”*

- De contourenkaartjes per centrumgebied kunnen worden opgenomen in het omgevingsplan en het DSO. Binnen deze gebieden zijn veel functiemogelijkheden (ja, mits). Daarbuiten zijn in principe geen mogelijkheden voor detailhandel- en horeca, tenzij sprake is van maatwerk (nee, tenzij).
- De huidige regeling voor het centrum van Veldhoven-dorp te handhaven met het onderscheid tussen 'begane grond' en 'op verdieping'. Belangrijk is dat wonen op de begane grond uitgesloten blijft en dat geen nieuwe aanduidingen worden toegevoegd. Transformatie naar wonen in de plint is immers beleidsmatig niet wenselijk.
- De opbouw van de regels voor het centrum van Veldhoven-dorp kan inspiratie zijn voor het Citycentrum. Op dit moment is het verschil tussen 'begane grond' en 'op verdieping' ook geregeld in het bestemmingsplan voor het Citycentrum, maar op een andere manier.
- Binnen het omgevingsplan, ten aanzien van het gebied Citycentrum, dient onderscheid gemaakt te worden tussen het kernwinkelgebied en overige 'aanloopgebieden' of andere deelgebieden. Doel is de functiemogelijkheden in het kernwinkelgebied te beperken tot uitsluitend winkel- en (dag)horecafuncties. Wonen op de begane grond is hier niet toegestaan. In de overige delen van het Citycentrum is meer functiemix mogelijk.
- Er dient specifiek aandacht te zijn voor de juridische mogelijkheden in de blauwe centrumgebieden (veranderen). Dit is per gebied maatwerk. In sommige gevallen, zoals de Burgemeester van Hoofflaan, dient bekeken te worden hoe de mogelijkheden voor detailhandel- en horeca beperkt kunnen worden (uitsterfregeling). In andere gevallen dient ook verruiming van de functiemogelijkheden bekeken te worden, om transformatie te stimuleren.

### 7.2.2 Saneren plancapaciteit

#### Saneren onbenutte plancapaciteit

De gemeente Veldhoven zal actief aan de slag moeten gaan met het saneren van onbenutte plancapaciteit, zoals ook in de regionale detailhandelsvisie SGE is uitgelegd. Veldhoven kiest voor een stapsgewijze aanpak die zich focust op de grootste en in potentie meest risicovolle locaties. Hiervoor moeten grofweg de volgende stappen worden doorlopen.

1. Inventariseer de plancapaciteit. Waar zitten de meeste mogelijkheden voor solitaire detailhandel?
2. Identificeer de locaties met meer dan 500 m<sup>2</sup> bvo plancapaciteit op één locatie of in één pand. Hier liggen de grootste risico's.
3. Maak kenbaar dat deze specifieke locaties worden wegbestemd. Na circa 1,5 jaar is voorzienbaarheid en kan de mogelijkheid juridisch worden gesaneerd zonder planschade c.q. nadeel compensatie.

#### Saneren plancapaciteit Burgemeester van Hoofflaan

Het doel is de winkel- en horecafunctie van de Burgemeester van Hoofflaan op termijn af te bouwen en te transformeren naar een woonfunctie. Dit zal geleidelijk gaan. Bestaande ondernemers hoeven niet weg, maar verplaatsing naar bijvoorbeeld het Citycentrum wordt wel aangemoedigd en is kansrijk. De volgende stappen zijn denkbaar.

1. Ten aanzien van de onbenutte locaties (detailhandel en horeca) kan dezelfde lijn worden ingezet als onder de vorige alinea. Hier kunnen echter ook kleinere locaties onder de 500 m<sup>2</sup> bvo worden meegenomen in het saneren.
2. Alle locaties waar sprake is van bestaand gebruik met detailhandel of horeca dient een uitsterfregeling te worden toegepast. Dit betekent dat de rechten blijven gehandhaafd, zolang de ondernemer er zit. Na één jaar van vertrek van de betreffende ondernemer, zou de mogelijkheid per rechtswege vervallen.

### 7.2.3 Verkennen voorzieningenlocatie Zilverackers

De gemeente kan proactief faciliteren door een mogelijk geschikte locatie te verkennen in het gebied Zilverackers. Op termijn zou deze locatie dan kunnen worden ingezet op relocatie van een supermarkt en toevoeging van andere buurtgerichte voorzieningen toe te voegen. Dit is niet alleen in het belang van een goede structuur, maar ook voor de leefbaarheid van inwoners in deze nieuwe wijk.

### 7.2.4 Realiseren terrassen Citycentrum

De ervaring in andere centra leert dat goede horeca met terrasruimte alleen succesvol is als de openbare ruimte en de kwaliteit van het gebied goed is. Voor het Meiveld ligt een opgave. Dit plein moet worden heringericht om terrassen aantrekkelijk te maken. Hetzelfde geldt voor eventuele tussenliggende terrassen in het kernwinkelgebied in het Citycentrum. De samenhang tussen functie en openbare ruimte is essentieel.

### 7.2.5 Handhaving

Handhaving en goede mogelijkheden daartoe zijn essentieel om het detailhandels- en horecabeleid en het juridisch kader ook in de praktijk handen en voeten te kunnen geven. Hiertoe staat ook in de regionale detailhandelsvisie SGE een oproep. Specifiek voor Veldhoven ligt er een taak voor handhaving bij Paracommerciële horeca. Het beleidsuitgangspunt om hier strenger mee om te gaan is alleen van waarde, als er ook actief op gehandhaafd wordt. Dit is ook onderdeel van het convenant dat eerder is afgesloten tussen de Veldhovense horeca en de verenigingen.

### 7.2.6 Woningbouw en groei aantal inwoners

Op dit moment is nog niet exact duidelijk waar en hoeveel extra woningen in Veldhoven gerealiseerd worden. Omdat het aantal woningen en de locaties bepalend is voor de behoefte aan voorzieningen is het wenselijk om na realisatie van de beoogde woningen en bijbehorende groei van het aantal inwoners de visie te evalueren.

## 7.3 Acties ondernemers

Uit het proces komen de volgende actiepunten naar voren die opgepakt moeten worden door ondernemers.

- Stimuleren van de ontmoetingsfunctie ligt deels in de openbare ruimte, maar vooral ook binnen winkels en voorzieningen. Hier ligt een taak van de ondernemers. Denk aan het inrichten van een koffiehoek in de supermarkt waar inwoners een praatje met elkaar kunnen maken.
- Gastvrijheid ben je samen! Stel je zaak open voor alle consumenten, ook als ze niet iets kopen of consumenten bij jou. Denk aan het openbaar beschikbaar stellen van de toiletgelegenheden (zonder kosten) en het organiseren van arrangementen om combinatiebezoeken te stimuleren (bijvoorbeeld na bezoek Schalm korting bij specifieke horeca in het centrum).
- Zorg voor verschillende evenementen gedurende het jaar, voor verschillende doelgroepen. Dit zorgt voor reuring in het centrum, waar iedereen van kan profiteren.
- Neem duurzaamheidsmaatregelen. Denk aan het besparen van energiekosten door de deur dicht te houden in koude perioden en het stimuleren van online bestellingen afhalen in de winkel in plaats van thuisbezorging. Specifiek punt is de afvalafhaling. Dit gaat nu sterk gefragmenteerd. Hier zouden ondernemers en de gemeente samen naar kunnen kijken hoe dit efficiënter kan.

## 7.4 Acties vastgoedeigenaren

Uit het proces komen de volgende actiepunten naar voren die opgepakt moeten worden door vastgoedeigenaren.

- Verenig uzelf. Door per gebied meer samen te werken kan meer worden gestuurd op kwaliteit en een goede functiemix. Daar profiteert op termijn iedereen van.
- In het geval van transformatie is een goede samenwerking met de gemeente belangrijk. Verplaats jezelf in de algemene belangen van de gemeente en ben flexibel in de planvorm. Dit geldt andersom ook voor de gemeente. Realiseer dat transformatie geld kost en dat een vastgoedeigenaar uiterlijk ook een acceptabele financiële uitkomst nodig heeft om te investeren. Dit laatste staat momenteel onder druk door onder andere gestegen bouwkosten.
- Neem duurzaamheidsmaatregelen, zoals het isoleren van het vastgoed en het leggen van zonnepanelen (indien mogelijk).

## **Bijlage 1 - Analyse detailhandel en leegstand**

Op de volgende pagina zijn de resultaten terug te vinden van de analyse. In de analyse is gekeken naar de kengetallen, de verhouding ten opzichte van de benchmark en de ontwikkeling. Voor de benchmark is gekeken naar gemeenten met een gelijkwaardig aantal publieksfuncties. De gemeenten die meegenomen zijn in de benchmark zijn: Soest, Rijswijk, Rheden, Nijkerk, Zevenaar, Ridderkerk, Etten-Leur, Winterswijk, Medemblik en Heusden.



## Leegstand

### Aantal

Panden	m <sup>2</sup> wvo
<b>23</b>	<b>2.873</b>
30	5.369

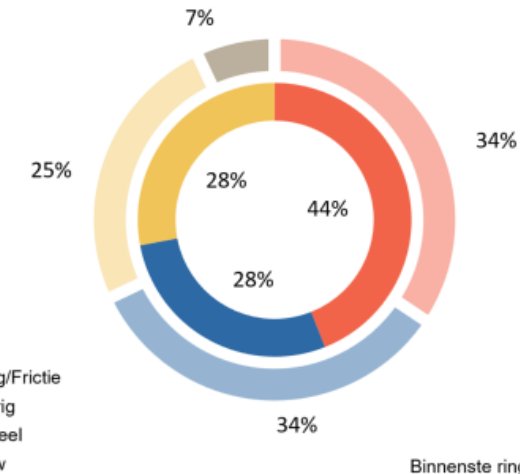
Bron: Locatus 2022

### Gemiddelde omvang



Bron: Locatus 2022

### Leegstandsduur



Bron: Locatus 2022.

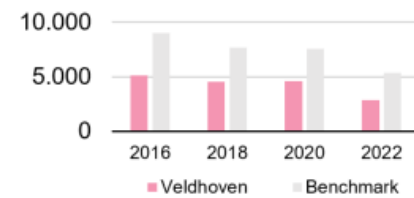
Binnenste ring is de gemeente Veldhoven, buitenste ring zijn de benchmark gemeenten.

### Leegstandspercentage

Aantal panden	Aantal m <sup>2</sup> wvo
<b>4,9%</b>	<b>2,8%</b>
6,1%	5,3%

Bron: Locatus 2022

### Ontwikkeling leegstand (m<sup>2</sup> wvo)



Bron: Locatus 2022



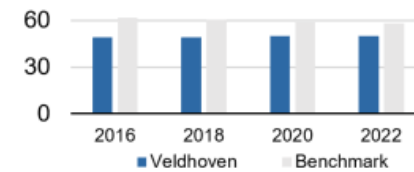
## Dagelijks

### Aantal

Panden	m <sup>2</sup> wvo
<b>50</b>	<b>15.238</b>
58	16.150

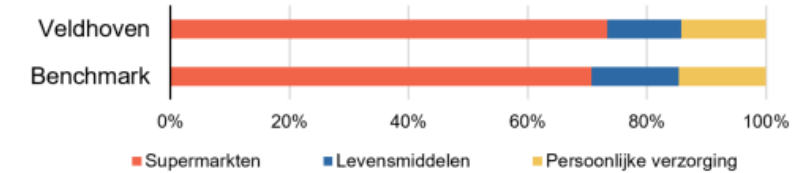
Bron: Locatus 2022

### Ontwikkeling dagelijks (aantal)



Bron: Locatus 2022

### Verhouding dagelijks aanbod



Bron: Locatus 2022



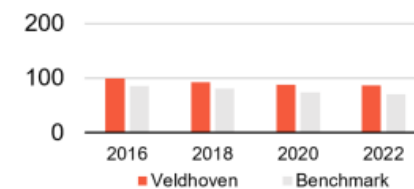
## Recreatief

### Aantal

Panden	m <sup>2</sup> wvo
<b>87</b>	<b>15.833</b>
71	22.043

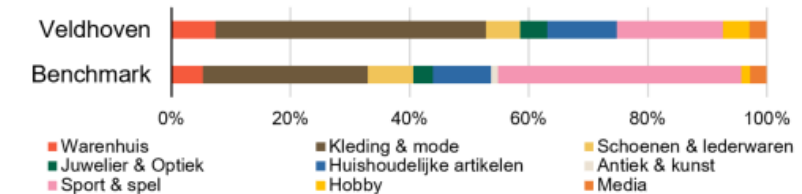
Bron: Locatus 2022

### Ontwikkeling recreatief (aantal)



Bron: Locatus 2022

### Verhouding recreatief aanbod



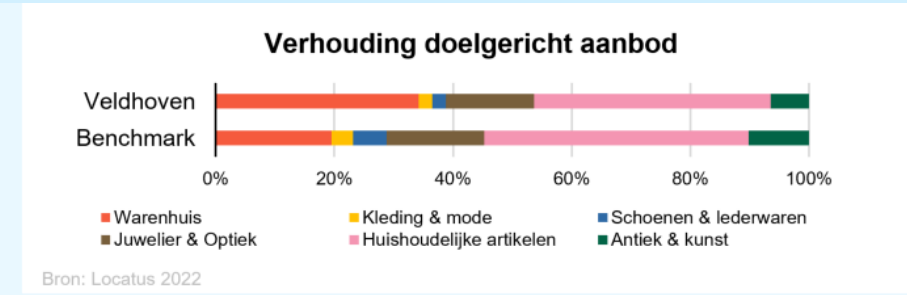
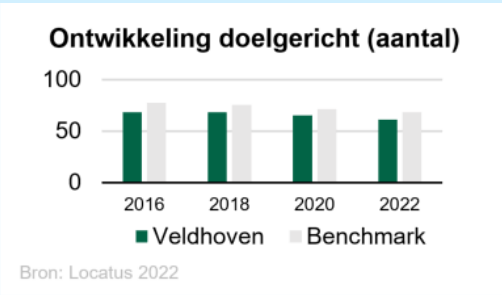
Bron: Locatus 2022

**Doelgericht**

**Aantal**

Panden	m <sup>2</sup> wvo
<b>61</b>	<b>39.464</b>
68	32.173

Bron: Locatus 2022

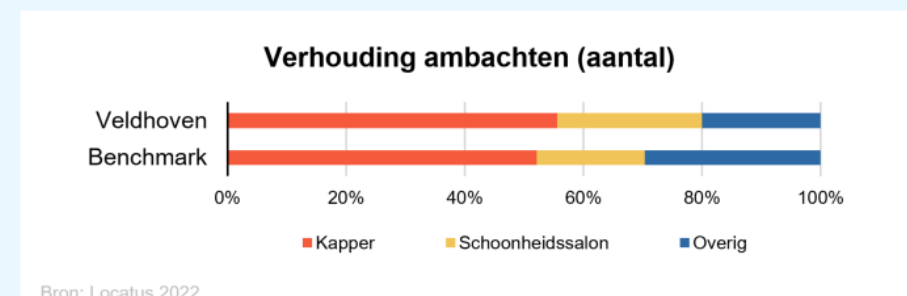
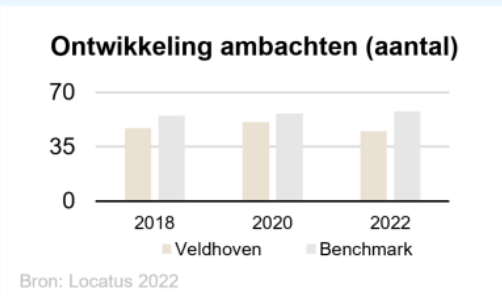


**Ambachten**

**Aantal**

Panden	m <sup>2</sup> wvo
<b>45</b>	<b>1.985</b>
58	2.852

Bron: Locatus 2022

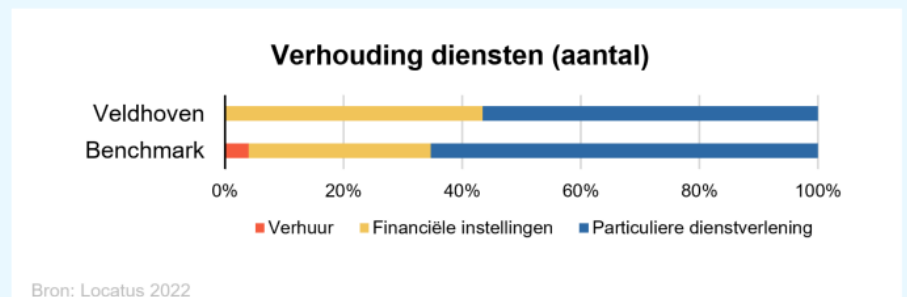
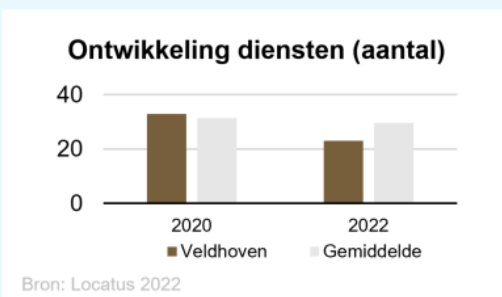


**Diensten**

**Aantal**

Panden	m <sup>2</sup> wvo
<b>23</b>	<b>1.110</b>
30	1.597

Bron: Locatus 2022

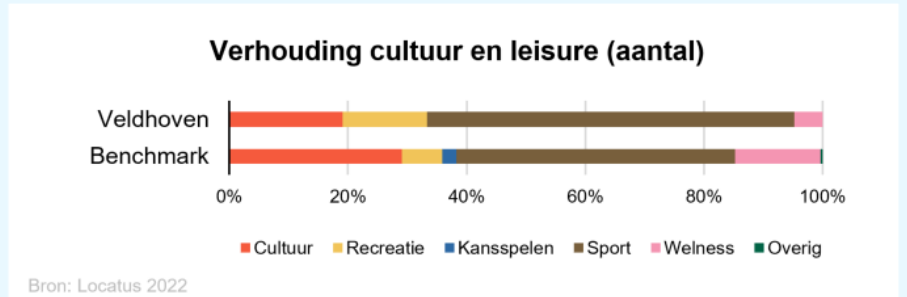
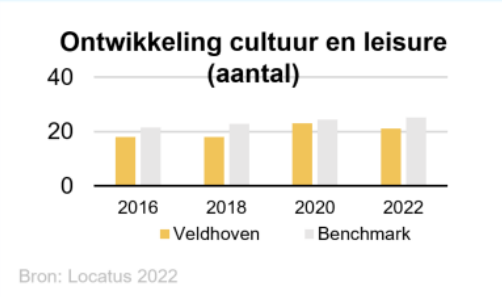


**Cultuur & Leisure**

**Aantal**

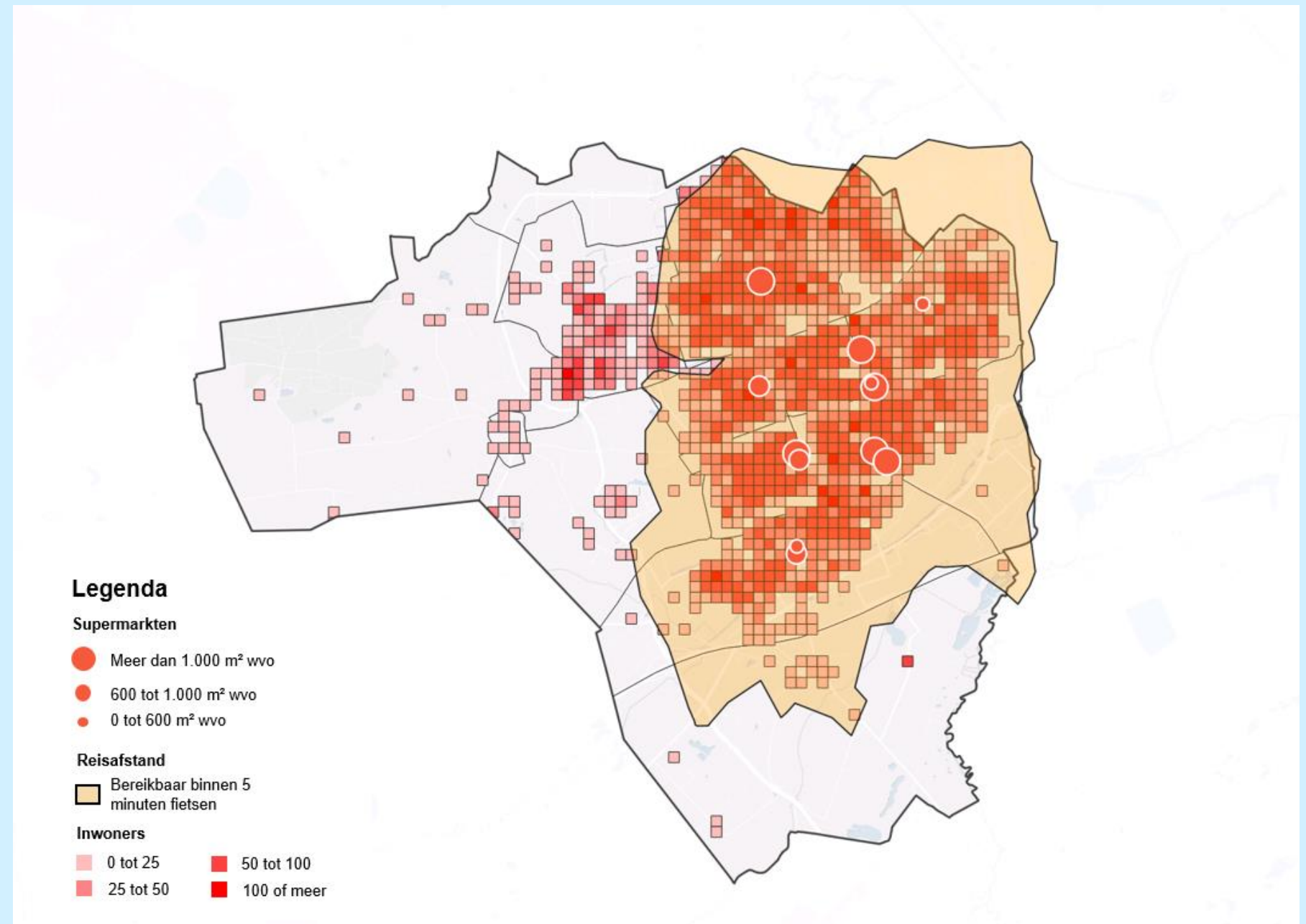
Panden	m <sup>2</sup> wvo
<b>93</b>	<b>11.746</b>
82	9.245

Bron: Locatus 2022



### Dagelijkse boodschappen en reistijden

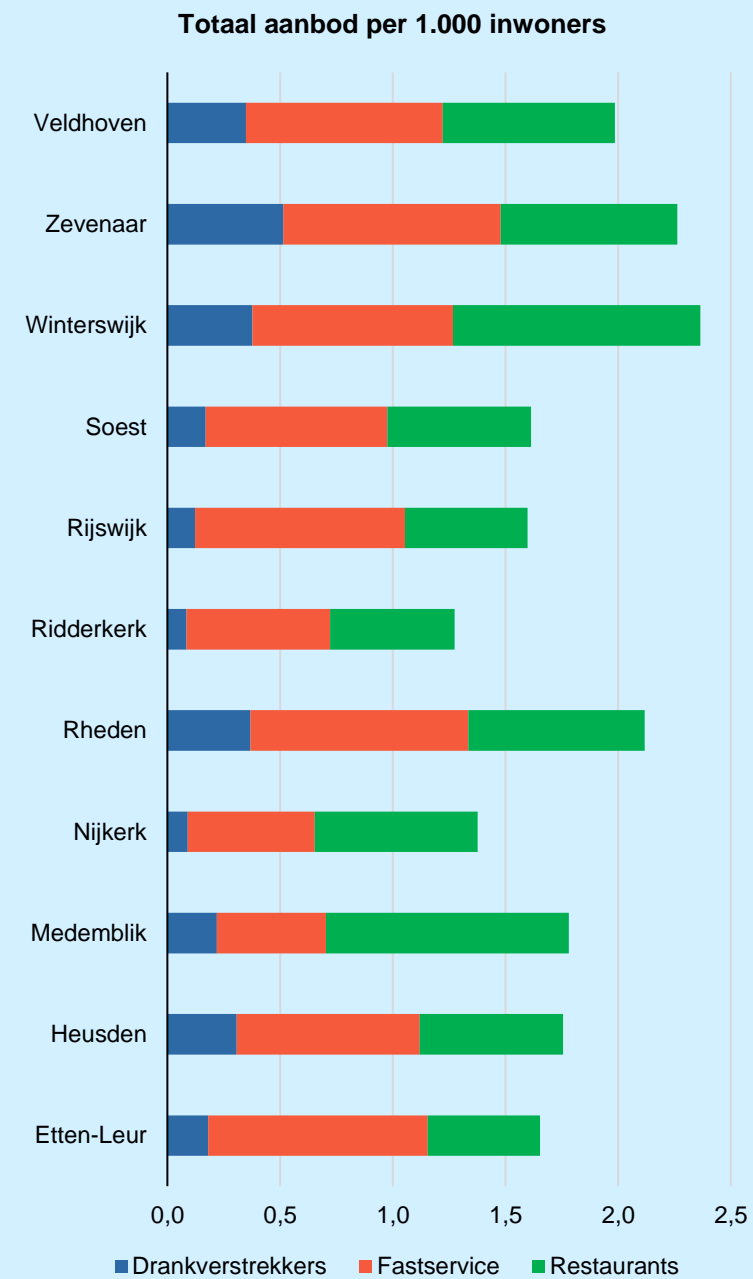
- De ligging van de supermarkten in de gemeente Veldhoven is over het algemeen goed. Inwoners van alle buurten in Veldhoven hebben momenteel binnen aanvaardbare auto reistijden toegang tot een supermarkt.
- Wel zijn voor met name de inwoners in het westen van Veldhoven de keuzemogelijkheden beperkter. Ook de reisafstand neemt toe. Voor veel inwoners uit Oerle ligt geen supermarkt op 5 minuten fietsafstand. Ondanks de bijna 3.000 inwoners beschikt de buurt Oerle niet over een eigen supermarkt. De dichtstbijzijnde supermarkten zijn de Plus aan de Dommelsehei en de Albert Heijn aan de Schaatsenmaker.
- Met het oog op de forse bevolkingstoename en de woningbouwplannen is ook het dagelijks aanbod in de buurt Verspreide huizen Zittard aan de beperkte kant. Ook voor deze buurt geldt dat er geen supermarkt gelegen is binnen 5 minuten fietsafstand.



Figuur 20: Reistijd analyse dagelijkse boodschappen in de gemeente Veldhoven.

## Bijlage 2 - Analyse horeca

Op de volgende pagina zijn de resultaten terug te vinden van de horeca-analyse. De gemeenten die meegenomen zijn in de benchmark zijn: Soest, Rijswijk, Rheden, Nijkerk, Zevenaar, Ridderkerk, Etten-Leur, Winterswijk, Medemblik en Heusden.







### Aantal

Panden m<sup>2</sup> wvo  
**93** **11.746**  
 82 9.245

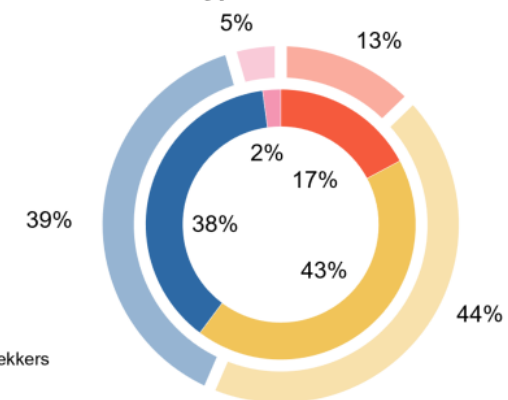
Bron: Locatus 2022

### Gemiddelde omvang

**126** m<sup>2</sup> wvo  
 112 m<sup>2</sup> wvo

Bron: Locatus 2022

### Type horeca



- Drankverstrekkers
- Fastservice
- Restaurants
- Hotels

Binnenste ring is de gemeente Veldhoven, buitenste ring zijn de benchmark gemeenten.

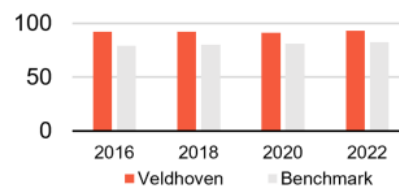
Bron: Locatus 2022

### Aandeel formules



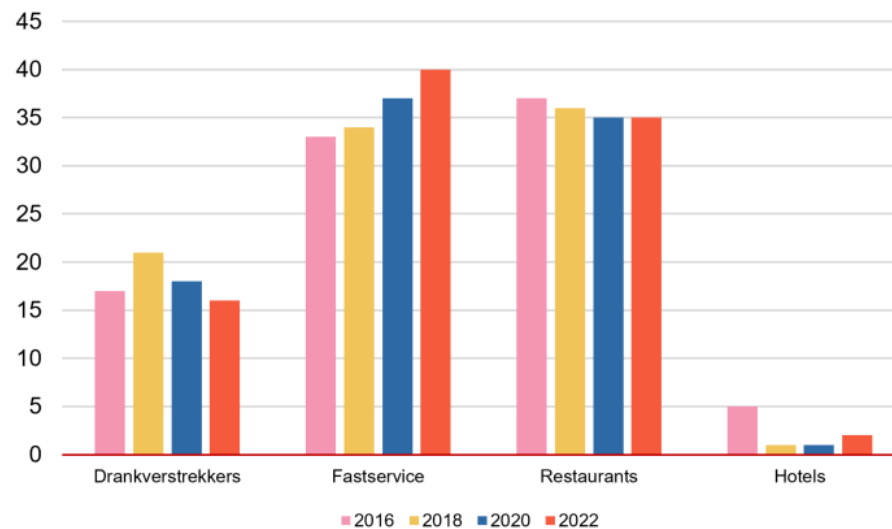
Bron: Locatus 2022

### Ontwikkeling horeca (aantal)



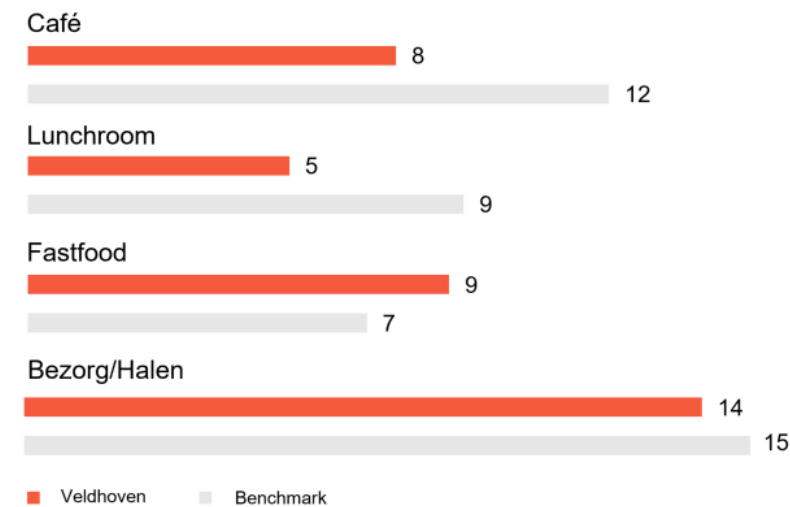
Bron: Locatus 2022

### Ontwikkeling type horeca (aantal zaken)

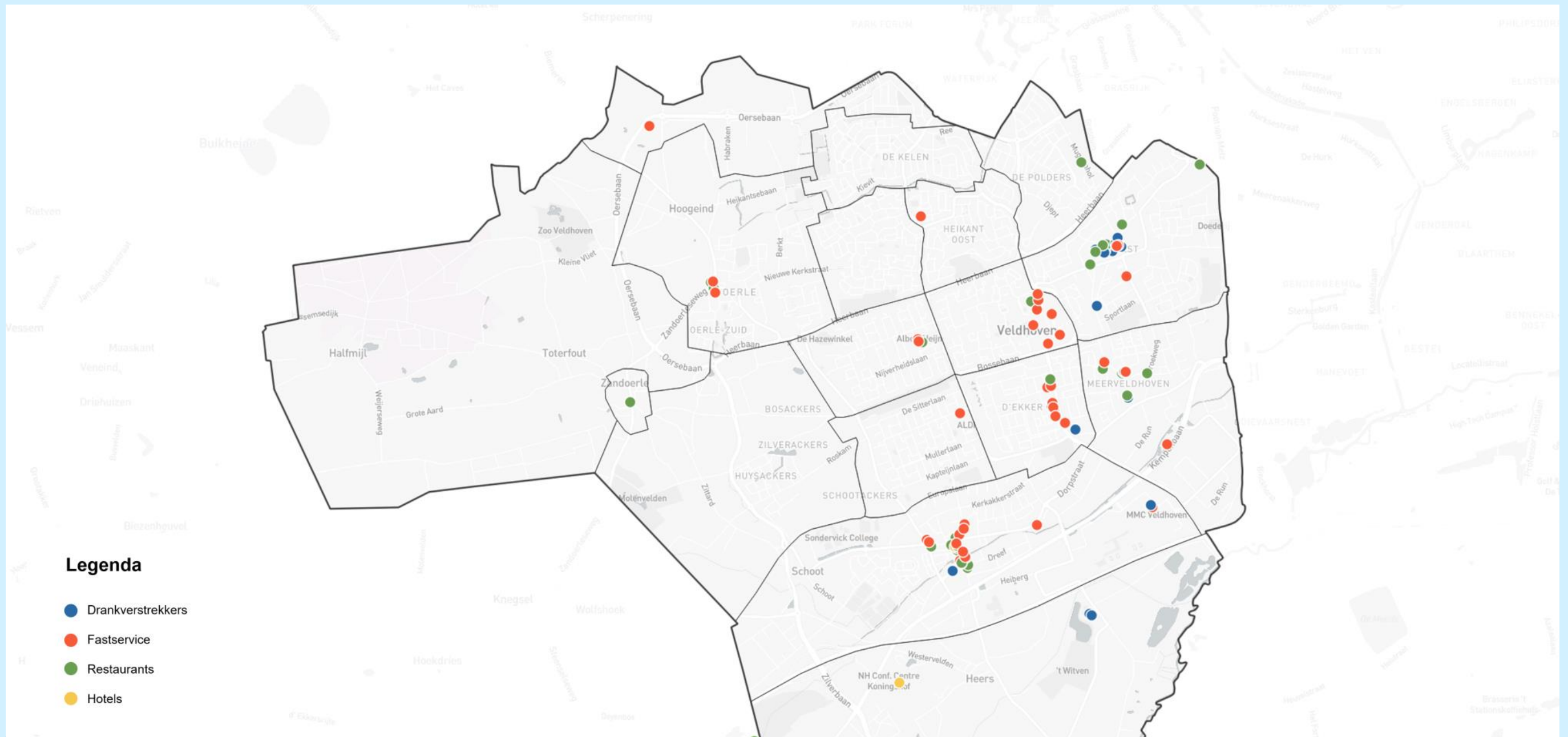


Bron: Locatus 2022

### Horecabranches uitgelicht (aantal zaken)



Bron: Locatus 2022



Figuur 21: Horeca aanbod per wijk in de gemeente Veldhoven.

### Indicatie toekomstige besteding horeca

- Tabel 1 geeft een indicatieve vraag- of bestedingsraming weer voor de horecasector in Veldhoven. Het is een doorkijk naar 2035 waarin we drie scenario's doorrekenen voor de toename gemiddelde horecabesteding. Er zijn geen eenduidige gegevens voor de besteding per hoofd aan horeca. Wel zijn er omzetgegevens (indexcijfers) voor de hele horecasector beschikbaar. Hieruit blijkt dat voor de hele horecasector tezamen er een omzetgroei was van 48% in omzet tussen 2010 en 2019. In verband met corona-sluitingen zijn de jaren 2020-2022 niet representatief.
- Uiteraard staat omzet niet gelijk aan de besteding per hoofd, maar het geeft wel een goede indicatie van de groei over een langere periode. Relevant hierin is dat horeca conjunctuurgevoelig is. In tijden van recessie geven consumenten naar verhouding minder uit in de horeca. Toch zagen we ook tijdens de vorige recessie (2008-2012) dat de bestedingen eerst inzaken om vervolgens snel te stijgen. Daarbij: recessies zijn tijdelijk. Daarom rekenen we richting 2035 met de volgende scenario's voor de gemiddelde horecabesteding: +10% (laag), +20% (midden) en +25% (hoog), waarbij wij de verwachte bevolkingsgroei in Veldhoven vermenigvuldigen met de gemiddelde besteding per inwoner. We gaan uit van de besteding in het jaar 2019. De al jaren toenemende horeca uitgaven zijn ook na de corona weer opgeleefd (ook qua volume).

Ook op basis van de benchmarks t.o.v. de andere gemeenten is er marktruimte aanwezig in Veldhoven.

### Toelichting tabel

- Voor Veldhoven is een flinke bevolkingsgroei voorzien. Dit alleen al brengt een autonome toenemende behoefte en dus besteding op gang. In het minimale en gemiddelde scenario rekenen we met de

Tabel 1: Indicatieve vraagraming horeca gemeente Veldhoven huidige situatie.

	2022	2035 - Minimaal	2035 - Gemiddeld	2035 - Maximaal
Ontwikkeling bestedingen 2022-2030		10%	20%	25%
Aantal inwoners gemeente Veldhoven in 2023 en 2030	45.822	51.700	51.700	58.645
Besteding horeca per jaar per inwoner (landelijk cijfer 2019 CBS in €)	1.000	1.100	1.200	1.430
Omzet op basis van besteding en inwoneraantal (in mln. €)	45,8	56,9	62,0	83,8
Binding horeca gemeente Veldhoven in % <sup>3</sup>	67%	67%	67%	67%
Binding horeca gemeente Veldhoven in € mln.	30,7	38,1	41,6	56,1
Toevloeiing horeca gemeente Veldhoven in %	21%	21%	21%	21%
Toevloeiing horeca gemeente Veldhoven in € mln.	8,2	10,1	11,0	14,9
<b>Totaal theoretische omzet op basis van de bestedingen (in mln. €)</b>	<b>38,9</b>	<b>48,2</b>	<b>52,6</b>	<b>71,0</b>
<b>Aantal bedrijven drank- en spijs in Veldhoven (Locatus, 2023)</b>	<b>93</b>			

behoudende raming van het PBL. In het maximale scenario gaan we uit van de bevolkingsgroei op basis van alle harde en zachte woningbouwplannen en gemiddelde woningbezetting.

- De marktvraagberekening is gebaseerd op bestedingspotentieel (inwoners maal besteding). Vanzelfsprekend zal een deel van de consumentenbestedingen buiten Veldhoven plaatsvinden, anderzijds vloeit er omzet van (toeristen/regio) naar Veldhoven toe.

### Conclusies

- Tabel 1 laat zien dat er (op basis van de geprognosticeerde bevolkingstoename, rekening houdend met binding en toevloeiing) er een forse groei te voorzien is van de bestedingen in de horeca in Veldhoven.

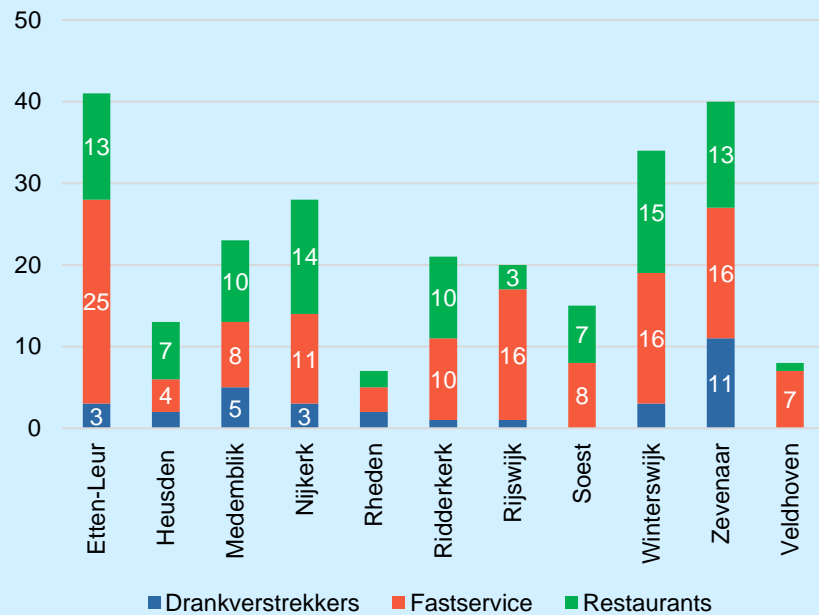
- Ervan uitgaande dat in de huidige situatie (2023) in Veldhoven een redelijk evenwicht is tussen vraag en aanbod (bedrijfseconomisch) is er marktruimte op basis van bevolkingsgroei. Uit de tabel blijkt dat er een toename van horecabestedingen te verwachten is in Veldhoven. Dit biedt dus (ook) marktruimte.
- Hoeveel bedrijven valt lastig te zeggen, daar de gemiddelde omzet per bedrijf een zeer onzuivere indicatie zou geven. Immers, het ene horecabedrijf zet een veelvoud om van het andere. Afhankelijk van oppervlak, gemiddelde besteding, formule, et cetera. Bovendien is de trend van schaalvergroting ook in de horeca (van Veldhoven) te verwachten. Dit kan betekenen dat er mogelijk minder bedrijven zijn in 2030 ten opzichte van nu, maar wel meer horeca-verkoopoppervlakte.

<sup>3</sup> Op basis van het KSO 2019.

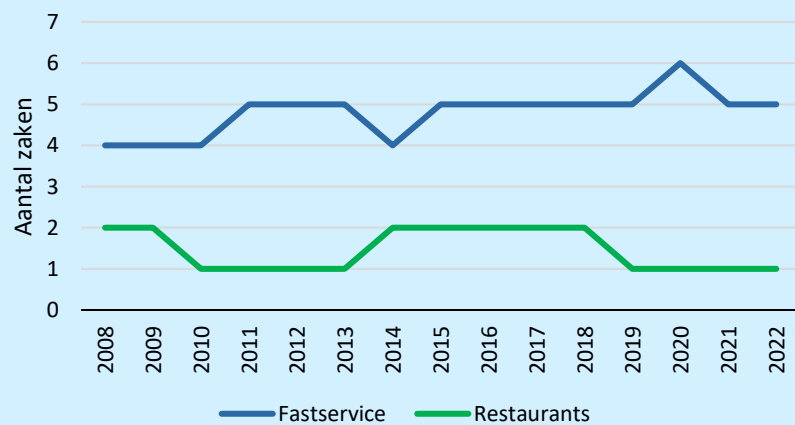
## **Bijlage 3 - Horeca aanbod Citycentrum**

Op de volgende pagina is gekeken naar het horeca aanbod in het Citycentrum van Veldhoven. Ook hier is een vergelijking gemaakt met de benchmarkgemeenten (Soest, Rijswijk, Rheden, Nijkerk, Zevenaar, Ridderkerk, Etten-Leur, Winterswijk, Medemblik en Heusden).

### Horeca aanbod (aantal zaken) in de hoofdwinkelgebieden



### Ontwikkeling horecaaanbod Citycentrum



Figuur 22: Horeca aanbod in het Citycentrum.

## **Bijlage 4 - Doelgroepen analyse**

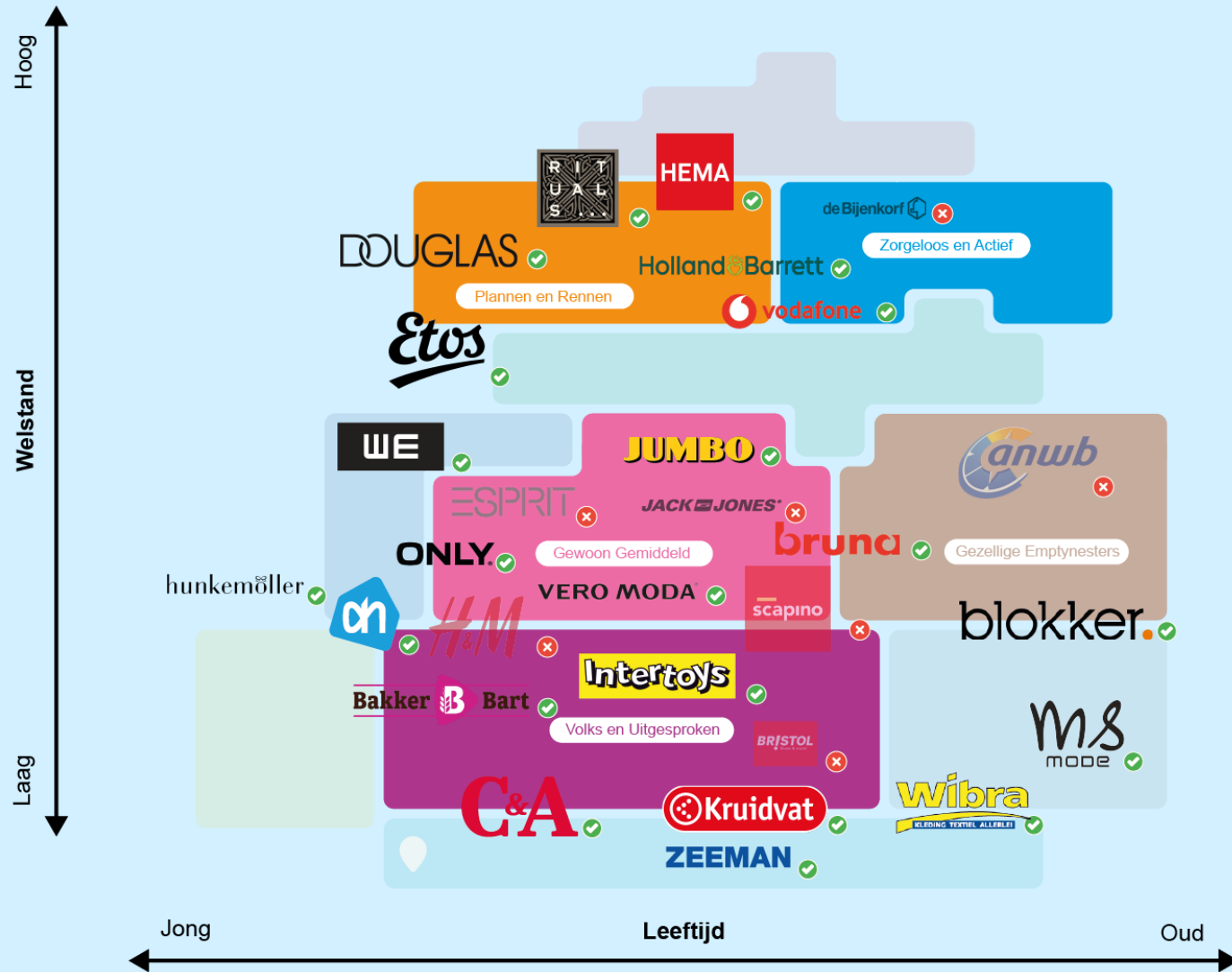
Op basis van de Whize gegevens is een analyse gemaakt van het vraag en aanbod in het Citycentrum van Veldhoven. De belangrijkste trekkers uit het winkelgebied zijn gekoppeld aan de Whize doelgroepen. Daarnaast is gekeken naar ontbrekende trekkers die passen bij de meest voorkomende doelgroepen in de gemeente Veldhoven.

### Gemiddelde bevolkingssamenstelling

- Qua type bevolking is Veldhoven redelijk gemiddeld, er zijn geen doelgroepen die er uitschieten. Op basis van het Whize model zijn in Veldhoven 5 dominante doelgroepen te onderscheiden:
  - Volks en Uitgesproken (16%);
  - Gewoon Gemiddeld (15%);
  - Gezellige Emptynesters (16%);
  - Plannen en Rennen (16%);
  - Zorgeloos en Actief (15%).

De kwalitatieve behoefte wordt geanalyseerd door de behoefte van de inwoners af te zetten tegen het bestaande aanbod van het Citycentrum. Op basis hiervan is de match/mismatch geanalyseerd.

- Het reeds gevestigde aanbod in het Citycentrum focust zich al redelijk goed op de meest voorkomende doelgroepen. Met name voor de Gezellige Emptynesters en Zorgeloos en Actief is het aanbod beperkt. Dit zijn ook specifieke doelgroepen met ieder hun eigen behoeftes. Het aantrekken van winkelketens die hierop aansluiten is dan ook lastig. Toch zijn enkele suggesties gedaan zoals een ANWB winkel.
- Ook voor de overige doelgroepen zijn enkele suggesties gedaan voor ontbrekend aanbod dat goed zou passen bij de bevolking van Veldhoven. Denk aan Scapino, Bristol, H&M, ESPRIT, Jack & Jones.



Figuur 23: Belangrijkste trekkers uit het Citycentrum gekoppeld aan de Whize doelgroepen.

## **Bijlage 5 - Marktruimte berekening detailhandel**

Voor de drie sectoren (boodschappen doen, recreatief winkelen en doelgericht winkelen) is een indicatieve berekening gemaakt van de huidige situatie (2022) en het toekomstig functioneren (2035).

Deze circa 10 jaarstermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking. Vraag en aanbod zijn hiervoor in een modelmatige DPO berekening verwerkt. De aanbod gegevens zijn afkomstig van Locatus en zijn gedownload in het vierde kwartaal van 2022.



#### 4.1 Algemene uitgangspunten

- De berekeningen zijn opgesteld voor de huidige situatie (2022) en de toekomstige verwachte situatie (2035). Ze geven inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod in de huidige en toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Anderzijds geeft de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een 'norm voor goed functioneren'.
- De 'norm voor goed functioneren' wisselt sterk per verzorgingsgebied. In delen van Nederland blijkt uit onderzoek dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen binnen de detailhandel en tussen formules. Voor Veldhoven is het landelijk 5-jaarsgemiddelde gehanteerd als norm voor goed functioneren.
- Aangezien de berekeningen slechts een indicatie geven van de situatie in hoeverre het aanbod goed, gemiddeld of slecht functioneert en in hoeverre sprake is van kwantitatieve behoefte, dienen de uitkomsten ook genuanceerd geïnterpreteerd te worden.

#### Behoeftte boodschappen doen – gemeente Veldhoven

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het dagelijks aanbod in de gemeente 85% (excl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing bedraagt momenteel 9%. Op basis hiervan, het huidig aantal inwoners en de naar inkomen gewogen bestedingen blijkt dat het dagelijks aanbod op dit moment rond het landelijk gemiddelde functioneert. Vraag en aanbod zijn daarmee momenteel goed in evenwicht.

#### Kwaliteit boven kwantiteit – nuancering berekeningen

De uitkomst van de berekeningen zijn gebaseerd op meerdere aannames en toekomstverwachtingen. Uitkomsten zijn indicatief. Dit beleid heeft niet als doel de indicatieve behoefte daadwerkelijk te realiseren. Toevoegen van kwaliteit is leidend in de afweging.

Tabel 2: DPO berekening dagelijkse sector.

Dagelijks	Huidig (2023)	Toekomst (2030-2035) – zonder initiatieven		Toekomst (2030-2035) – met initiatieven	
		minimaal	maximaal	minimaal	maximaal
Aantal inwoners	45.822	51.700	58.645	51.700	58.645
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.759	2.759	2.759	2.759	2.759
Bestedingspotentieel (€ mln.)	126,4	142,6	161,8	142,7	161,8
Koopkrachtbinding	85%	85%	85%	90%	90%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	107,5	121,2	137,6	128,4	145,6
Koopkrachttoevloeiing	9%	9%	9%	10%	10%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	10,6	12,0	13,6	14,3	16,2
<b>Totale besteding / omzet (€ mln.)</b>	<b>118,1</b>	<b>133,2</b>	<b>151,2</b>	<b>142,7</b>	<b>161,8</b>
Huidig winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	15.312	15.312	15.312	15.312	15.312
Omzet per m <sup>2</sup> wvo (€)	7.725	8.725	9.450	9.325	10.575
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	7.823	7.823	7.823	7.823	7.823
Haalbaar winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	15.100	17.050	19.350	18.250	20.700
<b>Distributieve uitbreidingsruimte (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>Geen</b>	<b>1.750</b>	<b>4.000</b>	<b>3.000</b>	<b>5.400</b>

- Indien we de koopstromen gelijk laten in 2035 betekent dit een kwantitatieve uitbreidingsbehoefte tussen de 1.750 en 4.000 m<sup>2</sup> wvo. Dit is in feite een autonome marktpotentie, zonder dat rekening wordt gehouden met verschuiving van koopstromen.
- Als er nieuwe supermarkten toetreden in Veldhoven, bestaande supermarkten uitbreiden en/of verplaatsen is het logisch dat de koopstromen wijzigen. In de basis zal de binding toenemen, omdat inwoners minder reden hebben om buiten de gemeente boodschappen te doen. Voor Veldhoven is een maximale binding van circa 90% haalbaar. Ook kan het aandeel toevloeiing iets stijgen. Deze stijging blijft naar verwachting beperkt, aangezien het boodschappenaanbod in Veldhoven vooral een functie heeft voor de eigen inwoners. Wij gaan in de berekening uit van circa 10% toevloeiing in 2035.
- Opgemerkt moet worden dat met het grote aandeel werkenden (ASML) en groei van werkenden het aandeel toevloeiing mogelijk nog onderschat is. Er zullen in de toekomst immers veel meer mensen werken bij ASML die niet woonachtig zijn in Veldhoven, maar vanwege gemak en combinatiebezoek wel bestedingen doen in de dagelijkse sector in Veldhoven.
- Indien de haalbare toekomstige koopstromen worden doorgerekend binnen de bandbreedte van de bevolkingsgroei ontstaat tussen de 3.000 en 5.400 m<sup>2</sup> wvo distributieve uitbreidingsruimte. In feite creëert nieuw aanbod daarmee ook nieuwe vraag. Opgemerkt moet worden dat deze extra bestedingen wel deels ten koste gaan van locaties in met name de gemeente Eindhoven, met name Meerhoven en Koopcentrum De Hurk. De toevloeiing voor deze locaties daalt.

### Behoeftrecreatieve sector

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het recreatieve aanbod in Veldhoven 60% (excl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing bedraagt 39%. De invloed van online op de recreatieve sector is relatief groot. In deze sector neemt de online afvloeiing sterker toe dan de bestedingen in winkels. In de berekening gaan we ervan uit dat de winkelomzet per hoofd in 2035 circa 10% lager ligt dan het huidige niveau. Dit is ook te onderbouwen vanuit de historische trend.
- Het recreatief winkelaanbod functioneert momenteel bovengemiddeld. De groei van internetaankopen heft de groei van de bevolking deels op, maar niet volledig. Met name in het maximale scenario ten aanzien van bevolkingsgroei, neemt de uitbreidingsruimte aanzienlijk toe van circa 4.250 m<sup>2</sup> wvo in de huidige situatie tot circa 7.300 m<sup>2</sup> wvo in 2035. Dit kan waarschijnlijk vooral worden ingezet in aanbod dat in het verlengde ligt van het boodschappen doen, zoals huishoudelijke artikelen en efficiënt bezochte modeketens. Voor onderscheidende hoogwaardige modezaken is gezien de samenstelling van de bevolking eveneens marktruimte.
- Zelfs als we zouden uitgaan van een (veel) lagere toevloeiing, blijft marktruimte bestaan. De substantiële groei van het aantal inwoners zorgt voor aanzienlijk veel draagvlak. Met name voor de visie op het Citycentrum en Veldhoven-dorp betekent dit een opgave om deze groei op een kwalitatief verantwoorde manier te faciliteren.

### Kwaliteit boven kwantiteit – nuancering berekeningen

De uitkomst van de berekeningen zijn gebaseerd op meerdere aannames en toekomstverwachtingen. Uitkomsten zijn indicatief. Dit beleid heeft niet als doel de indicatieve behoefte daadwerkelijk te realiseren. Toevoegen van kwaliteit is leidend in de afweging. Voor recreatief winkelen geldt specifiek dat de uitkomst paradoxaal is ten opzichte van de huidige situatie. De groei die berekend is komt puur door de bevolkingsgroei. Als deze blijkt tegen te vallen of als de bestedingen nog verder dalen, wordt de behoefte niet gehaald. Ook hier is enige voorzichtigheid op z'n plaats.

Tabel 3: DPO berekening recreatieve sector.

Recreatief	Huidige situatie (2022)	Toekomst (2035) – huidige koopstromen	
		Minimaal	Maximaal
Aantal inwoners	45.822	51.700	58.645
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	1.062	955	955
Bestedingspotentieel (€ mln.)	48,7	49,4	56,0
Koopkrachtbinding	60%	60%	60%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	29,2	29,6	33,6
Koopkrachttoevloeiing	39%	39%	39%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	18,7	18,9	21,5
<b>Totale besteding / omzet (€ mln.)</b>	<b>47,9</b>	<b>48,6</b>	<b>55,1</b>
Huidig winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	15.700	15.700	15.700
Omzet per m <sup>2</sup> wvo (€)	3.050	3.100	3.525
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.400	2.400	2.400
Haalbaar winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	19.950	20.250	23.000
<b>Distributieve uitbreidingsruimte (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>4.250</b>	<b>4.550</b>	<b>7.300</b>

### Doelgerichte sector

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het doelgericht aanbod in de gemeente Veldhoven 53% (excl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing bedraagt 45%. De invloed van online op de doelgerichte sector is relatief beperkt, maar neemt wel sterk toe. De winkelbestedingen nemen echter ook nog steeds fors toe, ondanks de stijging van online. Deze sector is echter ook zeer gevoelig voor de conjunctuur. Momenteel is sprake van een daling van het consumentenvertrouwen, toename van de inflatie en andere macro economische onzekerheden. De woningmarkt draait echter nog stevig door, vooral in deze regio. We houden de bestedingen tot 2035 gelijk.
- Het doelgerichte aanbod functioneert momenteel iets beneden het landelijk gemiddelde. Door de bevolkingsgroei en woningbouw ontstaat circa 1.300 tot 6.800 m<sup>2</sup> wvo distributieve uitbreidingsruimte. Dit is voor deze sector beperkt, aangezien één grootschalige winkel snel al minimaal 1.000 m<sup>2</sup> wvo bedraagt. Het biedt hooguit ruimte om bestaande zaken te laten moderniseren/uitbreiden en eventueel één of enkele zaken toe te voegen. De beperkte marktruimte is vooral te verklaren door de hoge afvloeiing richting Meubelboulevard Ekkersrijt en Eindhoven.

### Kwaliteit boven kwantiteit – nuancering berekeningen

De uitkomst van de berekeningen zijn gebaseerd op meerdere aannames en toekomstverwachtingen. Uitkomsten zijn indicatief. Dit beleid heeft niet als doel de indicatieve behoefte daadwerkelijk te realiseren. Toevoegen van kwaliteit is leidend in de afweging.

Tabel 4: DPO berekening doelgerichte sector.

Doelgericht	Huidige situatie (2022)	Toekomstige situatie (2035)	
		Minimaal	Maximaal
Aantal inwoners	45.822	51.700	58.645
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	1.246	1.246	1.246
Bestedingspotentieel (€ mln.)	57,1	64,4	73,1
Koopkrachtbinding	53%	53%	53%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	30,3	34,1	38,7
Koopkrachttoevloeiing	45%	45%	45%
<b>Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)</b>	<b>24,8</b>	<b>27,9</b>	<b>31,7</b>
Totale besteding / omzet (€ mln.)	55,0	62,1	70,4
Huidig winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	39.498	39.498	39.498
Omzet per m <sup>2</sup> wvo (€)	1.400	1.575	1.800
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	1.522	1.522	1.522
Haalbaar winkelaanbod (m <sup>2</sup> wvo)	36.150	40.800	46.300
<b>Distributieve uitbreidingsruimte (m<sup>2</sup> wvo)</b>	<b>Geen</b>	<b>1.300</b>	<b>6.800</b>

## **Bijlage 6 - Begrippenlijst**

## AirBnB

Het voor korte duur aan derden verhuren van (delen van) de woning waar je zelf woont.

## Bestedingspotentieel

Totaal aan toonbankbestedingen in winkels die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) netto omzet per hoofd van de bevolking.

## Blurring

De functievermenging tussen detailhandel en diensten met horeca.

Denk aan het wijntje of biertje bij de kapper. Blurring is vanuit ondernemerschap wenselijk, maar wordt met name vanuit de Drank- en Horecawetgeving/Alcoholwet bemoeilijkt.

## B&B

Een vorm van toeristisch verblijf, gevestigd in een woon- of bijhuis. Zoals de naam al doet vermoeden wordt er naast verblijf ook ontbijt aangeboden.

## Buurthub, winkelgebied of centrumgebied

Een buurthub, winkelgebied of centrumgebied is een concentratie- c.q. centrumgebied in een buurt of wijk, waar diverse voorzieningen samenkomen die primair een functie hebben voor inwoners in de buurt of wijk. De term beschrijft bovendien het proces van verkleuring van traditionele pure winkelgebieden naar meer gemengde centrumgebieden op lokaal niveau met naast één of enkele winkels ook ambachten, diensten, horeca, zorg, maatschappelijk, etc. Op basis van de definitie van Locatus is sprake van een winkelgebied vanaf 5 winkels die min of meer aaneengesloten liggen.

**Branchering:** Het indelen van horecagelegenheden op basis van hun type, aanbod en doelgroep. Branchering kan worden gebruikt om een

diversiteit aan horecaconcepten en -ervaringen in een gebied te waarborgen.

## BVO/WVO

- **Bruto vloeroppervlak:** Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580
- **Winkelverkoop vloeroppervlak:** alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.), conform de definitie van Locatus.

## Congressen en vergaderlocaties

Het onderscheid tussen congressen, seminars, symposia, etc. is niet eenduidig afgebakend, maar de definitie van een 'congres' is in grote lijnen als volgt: een relatief grootschalige bijeenkomst rond een bepaald thema met een sterk interactief karakter (uitgangspunt in dit kader: minimaal 100 deelnemers). Vaak georganiseerd op regelmatige basis, meerdaags en/of in internationaal verband. Vergaderlocaties zijn kleiner en hebben minder faciliteiten nodig.

**Daghoreca:** Een horecabedrijf dat ondersteunend is aan de detailhandel in hoofdzaak gericht op het verstrekken van kleinere maaltijden, geringe eetwaren en niet-alcoholische dranken. De horeca sluit tegelijkertijd met de hoofdzaak.

## Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

## Detailhandel: Dagelijkse sector

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.

## Detailhandel: Niet-dagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat het hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen. Binnen deze sector maken we vaak onderscheid in sub sectoren.

- **Recreatief winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van mode, luxe en vrije tijd.
- **Doelgericht winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van in/om het huis en overige detailhandel.

## Droge horeca

Horecabedrijven die alcoholvrije dranken schenken

## Feestzalen

Feestzalen zijn er in veel verschillende soorten. Soms behoren zij tot een regulier café, soms zijn het autonome bedrijven. Ook verschillen feestzalen onderling wezenlijk qua openingstijden.

## (Hoofd)detailhandelsstructuur

De concentratiegebieden c.q. (winkel)centra waar beleidsmatig op wordt ingezet.

## Horeca (branche)

Het bedrijfsmatig verstrekken van dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse. Hier worden verstrekt en/of waarin bedrijfsmatig logies wordt versterkt, één en ander al dan niet in combinatie met een vermaaksfunctie.

### **Horeca-concentratiegebied**

Dit zijn de beleidsmatig aangewezen horeca-gebieden waar ruimte kan worden geboden voor ontwikkeling van horeca. Het gaat hier zowel om dag, als avond/nachthoreca.

### **Horeca-schakelpunt**

Schakelpunten zijn locaties die van betekenis zijn voor de ruimtelijke structuur van de binnenstad zoals die door de bezoeker beleefd wordt. Het zijn verbindingspunten die, mits aantrekkelijk ontwikkeld, helpen om loopstromen te leiden en te verleiden<sup>4</sup>. In voorliggende visie voorzien we vooral horeca die overwegend overdag geopend is.

### **Koopkrachtbinding**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn. In DPO-onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit koopkrachtbinding exclusief online.

### **Koopkrachtafvloeiing**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun (detailhandels-)bestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied. In DPO-onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit afvloeiing exclusief online.

### **Koopkrachttoevloeiing**

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

### **Koopstroomgegevens**

Onderzoeksresultaten uit koopstromenonderzoek (KSO). In de basis wordt hiermee de koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing bedoeld. Ook kunnen kwalitatieve aspecten worden bedoeld, zoals koopmotieven, beoordelingen en persoonskenmerken.

### **Leegstand (op basis van Locatus)**

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

### **Natte horeca**

Horecabedrijven die alcoholhoudende dranken schenken.

**Ondergeschikte horeca:** Horeca ter ondersteuning van andere functies. Over het algemeen is er een maximale omvang gekoppeld aan de ondersteunende functie.

### **Paracommercie**

Een horecavoorziening bij een niet-commerciële instelling (denk aan stichtingen en verenigingen) die zich in de eerste plaats richten op andere activiteiten, zoals sport, educatie, cultuur, religie, et cetera. Horeca is daar een nevenactiviteit.

### **Plancapaciteit (hard)**

In principe wordt met plancapaciteit de harde plancapaciteit bedoeld, tenzij expliciet anders vermeld. Harde plancapaciteit zijn de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juri-

disch bindend planologisch kader, zoals vastgestelde bestemmingsplannen, uitwerkingsplannen, gebieden zonder bestemmingsplan (witte vlekken) en verleende (kruimel) omgevingsvergunningen.

### **Retail**

Retail is de verzamelnaam voor bedrijven die goederen en diensten direct aan consumenten verkopen (inclusief diensten). Het gaat hier dus om zowel detailhandel, horeca als in het verlengde hiervan ook dienstverlening, ambachten en leisure in de betreffende winkel- en horecagebieden.

### **Sector Drankverstrekkers**

Horecabedrijven die hoofzakelijk dranken schenken. Hieronder vallen cafés, discotheken, koffiehuisen, etc.

### **Sector Fastservice**

Horecaconcepten gericht op snelheid, gemak en efficiëntie. Naast fast-food vallen hier ook gezondere concepten zoals lunchrooms onder.

### **Sector Maaltijdverstrekkers**

Horecaconcepten gericht op verstrekking van maaltijden. Hieronder vallen ook café-restaurants.

### **Sector Logiesverstrekkers/hotels**

Bedrijven die zich primair richten op kamerverhuur voor toeristische of zakelijke bezoekers. Meet een beperkte verblijfsduur van gasten. Hotels richten zich op regio (of soms nog verder) en niet op de inwoners van de gemeente, hooguit met hun restaurant of vergadermarkt.

<sup>4</sup> Gemeente Dordrecht. Bestemmingsplan Historische Binnenstad 2013.

**Vloerproductiviteit**

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo).

**Verspreide Bewinkeling**

Alle verkooppunten die buiten een van de andere genoemde winkelgebieden vallen, worden tot de verspreide winkels gerekend

**Winkel**

Een fysiek verkooppunt.

# Ruimte. Mensen. Toekomst.

## **Amsterdam**

Rhijnspoorplein 38  
1018 TX Amsterdam  
+31 (0)20 506 19 99

## **Boxtel**

Bosscheweg 107  
5282 WV Boxtel  
+31 (0)411 850 400

## **Venlo**

Industriestraat 94  
5931 PK Tegelen  
+31 (0)77 373 06 01

[info@bro.nl](mailto:info@bro.nl)  
[www.bro.nl](http://www.bro.nl)

