



# Ruimte. Mensen. Toekomst.

**Regionale detailhandelsvisie  
Stedelijk Gebied Eindhoven**  
Van kwantiteit naar kwaliteit  
Definitief



# colofon

projectnaam  
**Regionale detailhandelsvisie  
Stedelijk Gebied Eindhoven**

datum  
**22 mei 2023**

projectnummer  
**P05703**

opdrachtgever  
**Regio Stedelijk Gebied  
Eindhoven (SGE)**

BRO  
projectleider  
**RvL**

projectteam  
**FW, RK**

bron kافت  
**BRO en Press Visuals**

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>	<b>6</b>	<b>Visie op doelgericht winkelen</b>	<b>25</b>
1.1	Aanleiding	5	6.1	Trends op doelgericht winkelen	26
1.2	Belang	5	6.2	Visie op doelgericht winkelen	27
1.3	Doel	5	6.3	Beleid perifere concentraties	30
1.4	Participatie	5	6.3.1	Versterken Meubelboulevard Ekkersrijt	30
			6.3.2	Consolideren perifere concentraties elders	31
			6.4	Beleid verspreide bewinkeling	32
			6.5	Beleid overige vormen (perifere) detailhandel	32
<b>2</b>	<b>Samenvatting: visie op de hoofdstructuur</b>	<b>6</b>	6.5.1	Blurring gewenst binnen concentratiegebieden	32
2.1	Kiezen voor complementaire centra	7	6.5.2	Branchevervaging toegestaan binnen concentratiegebieden	33
2.2	Nieuwe beleidskeuzes en afspraken	7	6.5.3	Boerderij- en landwinkels onder voorwaarden mogelijk	33
			6.5.4	Detailhandel op trafficlocaties	33
			6.5.5	Detailhandel als ondergeschikte activiteit bij bedrijven	33
<b>3</b>	<b>Visie op boodschappen doen</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>Regionale samenwerking</b>	<b>35</b>
3.1	Trends in boodschappen doen	10	7.1	Inleiding	36
3.2	Visie op het economisch draagvlak	12	7.2	Uitbouwen rol Regionale Adviescommissie	36
3.3	Uitgangspunten van de visie	14	7.3	Proces en overlegstructuur	36
3.4	Beleidsdoelen nader uitgewerkt	15	7.4	Regionale afstemming	37
3.4.1	Concentratie is uitgangspunt	15			
3.4.2	Innovatie en vernieuwing faciliteren	15			
3.4.3	Saneren overtollige en ongewenste plancapaciteit	16			
<b>4</b>	<b>Visie op de afhaal- en bezorgeconomie</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>Uitvoering</b>	<b>39</b>
4.1	Trends in de bezorgeconomie	18	8.1	Saneren plancapaciteit	40
4.2	Beleid voor afhalen	19	8.2	Terugbrengen klassiek PDV	42
4.3	Beleid voor bezorgen	19	8.3	Sturing geven aan de bezorgeconomie	42
			8.4	Handhaving	42
			8.5	Ladder voor duurzame verstedelijking	42
			8.6	Dienstenrichtlijn	44
			8.7	Monitoring	45
<b>5</b>	<b>Visie op recreatief winkelen</b>	<b>21</b>			
5.1	Trends	22			
5.2	Visie	23			
5.3	Beleid	23			
5.3.1	Concentratie is uitgangspunt	23			
5.3.2	Compact, compleet en comfortabel	24			

**Bijlage 1 - Participatie verantwoording**

**Bijlage 2 - Analyse**

**Bijlage 3 - Uitwerking factsheets**

**Bijlage 4 - Resultaten enquête**

# 1 Inleiding

Toelichting op de aanleiding, het belang, het doel en de totstandkoming van deze regionale detailhandelsvisie voor het Stedelijk Gebied Eindhoven (SGE)

*Foto: Centrum Geldrop, BRO*



## 1.1 Aanleiding

Het Stedelijk Gebied Eindhoven (SGE) bestaat uit de gemeenten Best, Eindhoven, Helmond, Nuenen, Oirschot, Son en Breugel, Veldhoven, Waalre en Geldrop-Mierlo. Het SGE is een subregio binnen de Metropoolregio Eindhoven. Het SGE is een zeer dynamisch gebied en een van de meest belangrijkste economische motoren van Nederland. De ambitie is groot en er komt veel op de regio af, denk aan het volgende.

- Forse woningbouwopgave/-ambitie met in samenhang een forse bevolkingsgroei. Tot 2040 moeten er 62.000 woningen in het SGE bij (waarvan 40.000 in Eindhoven) en moet rekening gehouden worden met 72.000 nieuwe arbeidsplaatsen.
- Diverse grootschalige gebiedsontwikkelingen, zoals Eindhoven Internationale Knoop XL (EIK XL), het Centrum van Eindhoven (Ontwikkelperspectief Centrum), Helmond Centrum+ en de 'Ontwikkel-as Eindhoven Centrum-Veldhoven De Run' (HOV4).
- Grote mobiliteits- en verduurzamingsplannen om de leefbaarheid van de steden en dorpen en centra leefbaarder te maken.

Tegelijkertijd is er sinds de vorige subregionale detailhandelsvisie (uit 2015) veel veranderd in de detailhandelssector. Verschillende branches in de detailhandel hebben het al jaren moeilijk als gevolg van meer online bestedingen, de nasleep van corona en stijgende kostenposten (energie, personeel, grondstoffen). Toch is er, zeker in het SGE, sprake van veel positieve dynamiek in de vorm van innovatie en vernieuwing. Denk aan supermarkten die uitbreiden en moderniseren in buurt-, wijk- en dorpscentra, de uitbreiding van Meubelboulevard Ekkersrijt als één van de grootste en beste woonboulevards van Nederland en de transitie die de binnensteden van Eindhoven en Helmond doormaken van pure koopsteden naar aantrekkelijke verblijfsgebieden.

## 1.2 Belang

In het kader van deze ontwikkelingen was een grondige actualisatie van het subregionale detailhandelsbeleid noodzakelijk. Dit was in 2015 verankerd in twee documenten, namelijk "Detailhandelsvisie Stedelijk Gebied Eindhoven" (BRO 2015) en "Voorstel Regionale uitvoeringsagenda detailhandel" (BRO 2015) Waar het accent in 2015 nog veel lag op het kwantitatief sturen op winkelruimte binnen de bestaande structuur, ligt de opgave voor de komende jaren meer op het realiseren van een kwaliteitssprong. Verschillende transities in economie, demografie, digitalisering en duurzaamheid in combinatie met de forse verstedelijking en toename van aantal inwoners betekent meer druk op de fysieke ruimte. Dit vraagt soms om andere, nieuwe, meer progressieve keuzes. Keuzes die anticiperen op de toekomst.

## 1.3 Doel

Dit subregionale detailhandelsbeleid vormt het overkoepelende kader voor detailhandelsontwikkelingen in de gemeenten. De visie schetst de wensen en ambities voor de toekomst (2030). Gemeenten zijn zelf verantwoordelijk voor de uitvoering en doorvertaling van deze visie in lokaal beleid. Aangezien deze visie vooral gericht is op de regionale hoofdstructuur, zal in lokaal beleid altijd verdieping en nuance nodig zijn. Kortom, er blijft binnen de kaders van deze regionale visie altijd lokale beleidsruimte. De focus van deze regionale visie uit zicht in de volgende aspecten:

- duidelijkheid over afstemming ontwikkelingen met bovenlokale impact;
- duiding van trends en ontwikkelingen die handvatten/richting geven om lokale keuzes te maken (maatwerk);
- hoofdlijnen beleidsuitgangspunten (wat willen we wel en wat niet);
- toetsingskader voor de Regionale Adviescommissie Detailhandel (RACD) voor nieuwe initiatieven.

De keuzes in de subregionale visie van het SGE hangen samen met de afspraken in het regionale detailhandelsbeleid van de MRE (2015). In een aparte memo is uiteengezet waar de overeenkomsten en verschillen tussen deze visies zitten. De provinciale belangen zijn integraal opgenomen in deze detailhandelsvisie van het SGE. De provinciale belangen zijn verankerd in 11 richtinggevende principes. In de basis komen deze principes overeen met het gedachtegoed van de MRE en het SGE. Bepaalde uitgangspunten zijn echter nader ingevuld in het SGE. Wat betreft dit laatste is bewust gekozen om geen bureaucratische salderingsregeling toe te passen in het SGE, maar enerzijds actief aan de slag te gaan met saneren van plancapaciteit en anderzijds conform de systematiek van de Ladder voor duurzame verstedelijking duurzaam ruimtegebruik na te streven.

## 1.4 Participatie

Deze visie is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met alle gemeenten, de RACD, de provincie Noord-Brabant en diverse marktpartijen- en vertegenwoordigers, zoals centrummanagers, ondernemers, retailbedrijven, vastgoedeigenaren en inwoners. In de bijlage is een nadere uiteenzetting opgenomen van het proces en de participatie.

## 2 Samenvatting: visie op de hoofdstructuur

In dit hoofdstuk is op basis van de verschillende deelvisies (zoals vastgelegd in de hoofdstukken hierna) de beleidsmatige regionale hoofdstructuur benoemd. Dit is de beleidsmatig wenselijke regionale hoofdstructuur waar op wordt ingezet. Uiteraard zijn er op lokaal niveau ook nog diverse centra van betekenis, maar deze vallen buiten de scope van het regionale detailhandelsbeleid en vallen binnen de scope van het lokale (detailhandels)beleid.



## 2.1 Kiezen voor complementaire centra

Het SGE kiest blijvend voor een regionale hiërarchische detailhandelsstructuur. Dit betekent dat elk centrum een eigen profiel en verzorgingsgebied kent binnen de structuur. Dit zorgt voor een goede consumentenverzorging, veel keuzemogelijkheden en een optimale complementariteit. De regionale hoofdstructuur is opgenomen in figuur 2. In essentie is de hoofdstructuur vergelijkbaar met de visie uit 2015.

- Voor recreatief winkelen staat de binnenstad van Eindhoven bovenaan de regionale hiërarchie, gevolgd door het centrum van Helmond. Deze centra hebben een breed en compleet aanbod met een profiel gericht op het dagje uit, gezellig winkelen, ontmoeten en verblijven.
- Voor doelgericht winkelen staat Meubelboulevard Ekkersrijt bovenaan de regionale hiërarchie. Het profiel 'in/om het huis' blijft gehandhaafd. Om de regionale behoefte te kunnen faciliteren ligt er een opgave om Meubelboulevard Ekkersrijt zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin te versterken.
- Voor de boodschappen blijven lokale buurt- en wijkcentra belangrijke aankoopplaatsen. De dorpscentra vervullen echter ook steeds meer een boodschappenfunctie. Daarmee ligt de opgave voor de dorpscentra vooral in het blijven aantrekken van lokale inwoners door het aanbod in kwalitatieve zin goed af te stemmen op de lokale behoefte.

## 2.2 Nieuwe beleidskeuzes en afspraken

Hoewel deze visie een actualisatie betreft van de visie uit 2015, zijn er op onderdelen toch nieuwe beleidskeuzes en afspraken gemaakt. Figuur 1 vat de belangrijkste verschillen samen. Deze zijn in de hoofdstukken nader toegelicht.

## Samenvattende beleidslijnen

### 1 Genuanceerde visie op boodschappen doen

De wijze waarop de consument boodschappen doet is sinds 2015 niet wezenlijk veranderd, met uitzondering van het feit dat men meer online winkelt. Ook in de toekomst blijft concentratie van boodschappenvoorzieningen, zoals supermarkten in centrumgebieden uitgangspunt vanwege combinatiebezoek, gemak en efficiëntie. Deze visie brengt wel meer nuance en balans in de afweging voor vestiging van boodschappenvoorzieningen. Concentratie is immers niet het enige ruimtelijke belang. De consumentenverzorging (leefbaarheid) en het economisch functioneren spelen ook een rol in een toekomstbestendige structuur.



### 2 Nieuw beleid voor bezorgeconomie

Afhalen is een activiteit waar in het SGE sinds 2015 duidelijk beleid op is gevoerd. Beleid op de activiteit bezorgen is mede door de toename van online aankopen nieuw. Denk flietsbezorgers, maaltijdbezorgers of andere lokale distributie. Het beleid biedt een nieuw kader hoe sturing gegeven kan worden aan de excessen van de bezorgeconomie, zoals mobiliteitsoverlast. Dit begint bij helderheid over definiëring van concepten en eindigt bij ruimtelijke locatievoorkeuren.



### 3 Blijven inzetten op concentratie en compacte centra

Sinds 2015 neemt het recreatief winkelaanbod in binnensteden en dorpscentra gestaag af. De afgelopen jaren kwamen hier veelal andere functies voor in de plaats, zoals horeca en diensten. Ook is veel getransformeerd naar wonen en werken. Ook de komende jaren blijft het recreatieve winkelaanbod waarschijnlijk verder afnemen. Dit vraagt om blijvend inzetten op concentratie van winkelaanbod in de centra en tegelijkertijd lokaal te streven naar compacte, complete en comfortabele centra. Blijven investeren in vitale centra is essentieel.



### 4 Ekkersrijt kwantitatief en kwalitatief versterken

Het SGE kiest voor blijvend inzetten op Ekkersrijt als de primaire perifere concentratie voor doelgerichte aankopen binnen het thema 'in/om het huis'. Om de toekomstige ruimtebehoefte te kunnen opvangen is extra winkelruimte nodig (kwantitatief). Bovendien is de ambitie de diversiteit op Ekkersrijt te vergroten door ook maakbedrijven en ambachten een plek te geven (kwalitatief). Kortom, Ekkersrijt groeit verder door.



### 5 Uitbouwen rol RACD

De huidige rol als adviescommissie voor nieuwe initiatieven functioneert prima. Dit blijft de komende jaren gehandhaafd. Er is afgesproken de rol van de RACD verder uit te bouwen. Enerzijds als onafhankelijke kennispartner en klankbord voor detailhandel gerelateerde vragen vanuit gemeenten. Anderzijds als inhoudelijke en procesmatige initiator en inspirator van de uitvoeringsagenda.

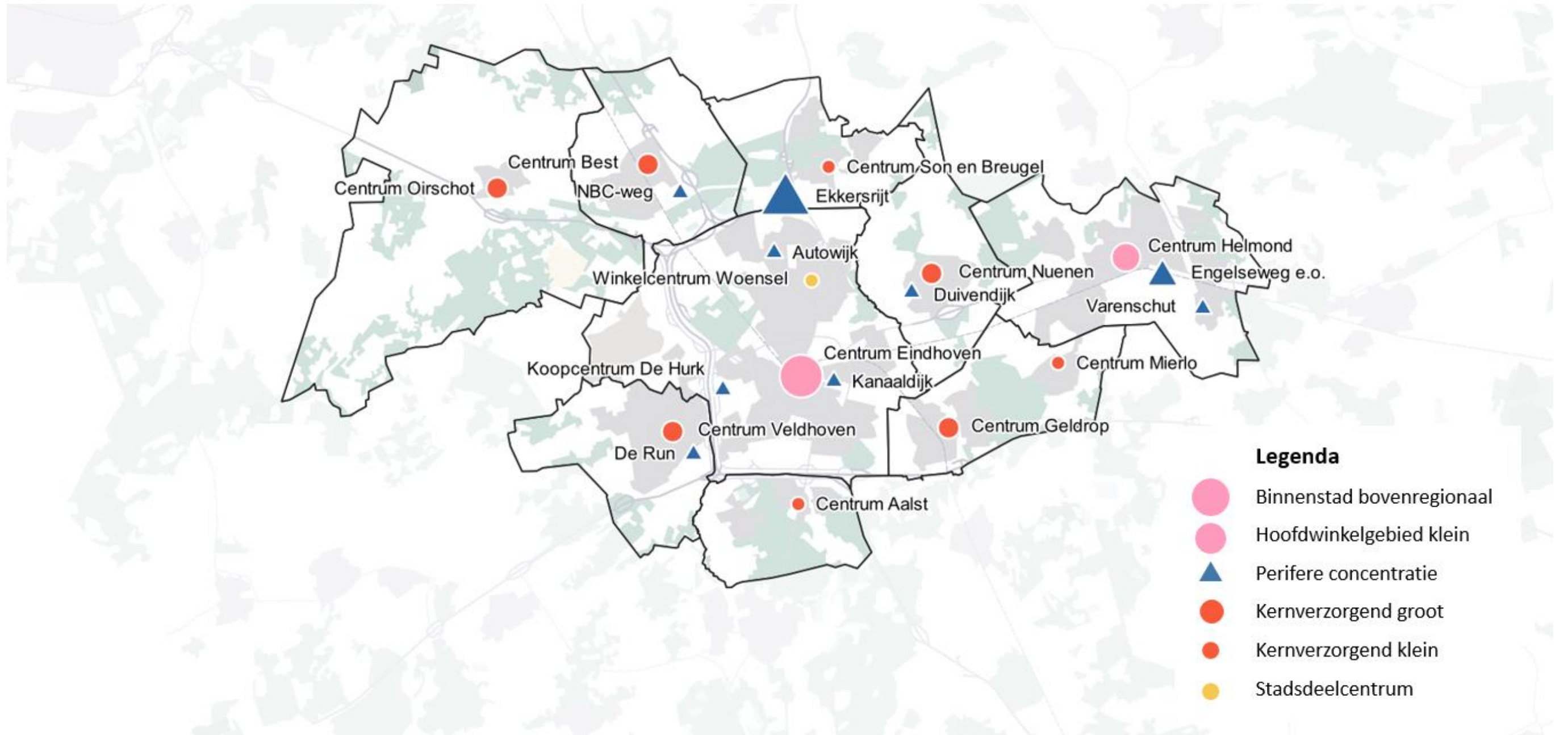


### 6 Aan de slag met een concrete uitvoeringsagenda

De ambitie van deze visie is om keuzes ook daadwerkelijk te realiseren. Deze visie bevat daardoor een concrete uitvoeringsagenda. Met behulp van de RACD gaan gemeenten zelf actief aan de slag met aspecten zoals het creëren van voorzienbaarheid, saneren van plancapaciteit, monitoring en handhaving.



Figuur 1: Belangrijkste regionale beleidskeuzes en afspraken



Figuur 2: Regionale detailhandelsstructuur SGE



### 3 Visie op boodschappen doen

Dit hoofdstuk schetst op basis van trends, analyses, consumentengedrag en marktontwikkelingen een visie op het boodschappen doen in de toekomst (2030). Dit heeft betrekking op supermarkten, levensmiddelen speciaalzaken, drogisterijen en parfumeriezaken. Ook wel de dagelijkse sector genoemd. De visie geeft het spanningsveld weer tussen een goede detailhandelsstructuur, goede consumentenverzorging en goed economisch functioneren. Uitgangspunt is een goede balans tussen deze doelen, met als resultaat kwalitatief versterken van bestaande perspectiefrijke voorzieningcluster en anderzijds ruimte bieden voor vernieuwing en innovatie op de juiste plekken.



### 3.1 Trends in boodschappen doen

#### Online toenemende factor van betekenis

- Steeds meer mensen doen online de boodschappen. Dit aandeel wisselt momenteel echter sterk per gemeente. Zo doen inwoners in Eindhoven met 5% veel meer online boodschappen dan inwoners in de omliggende dorpen, zoals in Oirschot met 2%. In het Stedelijk Gebied Eindhoven ligt de gemiddelde online afvloeiing voor boodschappen op 4%.
- De verwachting is dat in 2030 meer mensen online boodschappen doen. Met name drukke koopkrachtige huishoudens kopen steeds meer online vanwege gemak en efficiëntie. Flitsbezorgers, maaltijd-aanbieders en online supermarkten spelen hier op in. Ook bestaande supermarktformules bieden online bezorging als 'dienst' aan.
- Het verdienmodel is anno 2022 veelal onrendabel, maar dit kan mogelijk veranderen als één of enkele partijen een dominante marktpositie verwerven of de bezorgkosten worden doorberekend aan de klant. Er is sprake van een transitie, waardoor bestaande en nieuwe bedrijven komen en gaan.
- Wij verwachten niet dat het zal leiden tot minder behoefte aan winkelruimte, maar wel tot nieuwe concepten en andere ruimtebehoeften. We zien de trend dat bestaande supermarkten zullen blijven moderniseren om relevant te blijven. Bovendien zullen ook online supermarkten, hybride concepten (online en offline) of andere specifieke concepten fysiek ruimte nodig hebben. Boodschappen doen blijft bestaan en de fysieke impact hiervan groeit mee met de groei van het draagvlak (aantal inwoners en samenstelling demografie).



Figuur 3: Trends in boodschappen doen.

### Naast schaalvergroting ook schaalverkleining

- Sinds 2015 is vooral ingezet op kwantitatieve uitbreiding van supermarkten. Supermarkten werden steeds groter, waardoor meer service, gemak en keuzemogelijkheden voor de consument werden geboden. Het ideaalbeeld was een reguliere supermarkt, centraal in een groot verzorgingsgebied, goed bereikbaar en gratis parkeren, omringd met andere winkels en voorzieningen.
- Hoewel het bovenstaande voor veel consumenten en supermarkten ook in 2030 nog relevant blijft, neemt het belang van diversificatie en schaalverkleining toe. In het SGE is kwantitatief sprake van een overaanbod aan supermarktmeters. Nieuwe concepten hebben alleen kans van slagen als ze voldoende onderscheidend zijn, een specifiek verzorgingsgebied bedienen en/of specifieke doelgroepen weten aan te trekken. Denk aan kleinschalige supermarkten gericht op verantwoord, duurzaam en biologische producten, minisupers gericht op specifieke groepen zoals de Poolse of Turkse supermarkt of de campus supermarkt of een kleinere gemakswinkel in de buurt of het dorp.
- Ook de reguliere supermarktformules realiseren zich dat steeds groter niet altijd het antwoord is om de toekomst aan te kunnen. Inzet om meer kwaliteit en diversiteit is belangrijker dan puur meer kwantiteit. In sommige gevallen is echter een stukje schaalvergroting nodig om de kwaliteit te kunnen bieden.
- In relatie tot het bovenstaande verandert ook het perspectief van reisafstand tot de consument. In de dorpen rond Eindhoven is en zal men vooral met de auto de boodschappen blijven doen. In de hoogstedelijke gebieden van Eindhoven en in mindere mate Helmond neemt het belang van te voet en te fiets boodschappen doen toe, ten koste van de auto. Dit heeft enerzijds te maken met beleid (autoluwe binnenstad, meer ruimte voor fiets en voetganger, hoogwaardige busverbindingen), maar anderzijds met de forse verdichting. Meer ouderen die beperkt mobiel zijn onderstreept bovendien het belang van boodschappenvoorzieningen nabij de eigen woonomgeving.

- De huidige spreiding en hiërarchie van winkelgebieden en supermarkten blijft grotendeels overeind. Maar het bovenstaande vraagt in sommige stedelijke gebieden, met name Eindhoven, om meer fijnmazigheid om te kunnen voorzien in de lokale behoefte.

### Feiten en cijfers supermarktontwikkelingen SGE

- Bedroeg de gemiddelde grootte van een supermarkt in het Stedelijk Gebied in 2014 circa 1.040 m<sup>2</sup> wvo, in 2022 is de gemiddelde omvang gedaald naar circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo. In 2014 waren er 15 supermarkten die kleiner waren dan 500 m<sup>2</sup> wvo. In 2022 is dit aantal toegenomen naar 37 supermarkten. Een verklaring hiervoor is de toename van (kleinere) city supermarktconcepten zoals Jumbo City, AH To Go, Spar City en Spar University en gespecialiseerde doelgroep supermarkten. Dit is vooral in Eindhoven zichtbaar.
- Als we inzoomen op de reguliere supermarktformules (zoals Jumbo, Albert Heijn, Lidl en Aldi) is de trend van schaalvergroting wel duidelijk zichtbaar. In 2016 bedroeg de gemiddelde grootte van een supermarkt in het SGE 1.150 m<sup>2</sup> wvo, in 2022 steeg de gemiddelde omvang van een supermarkt naar 1.236 m<sup>2</sup> wvo. Een stijging van 7,5%.

### Megasupermarkten worden minder relevant

- De XL supermarkten of foodmarkten (vanaf circa 2.500 m<sup>2</sup> wvo) zijn de laatste jaren wel gegroeid, maar de verwachting is dat de rek er momenteel wel uit is. Met name Albert Heijn en Jumbo hebben hier de laatste jaren nog in geïnvesteerd. Hoewel het principe nog steeds actueel is, namelijk veel vers, foodeilanden, menging met horeca en veel beleving nog steeds actueel is, wordt vooral ingezet op modernisering van bestaande reguliere supermarkten.

### Rol van supermarkt in winkelgebieden blijft groot

- De supermarkten zijn momenteel de belangrijkste publiekstrekkers van buurt-, wijk-, dorps- en stadsdeelcentra. Dit zal in de toekomst zo blijven. Andere voorzieningen profiteren van de aantrekkingskracht via combinatiebezoek. Dit onderstreept het belang van behoud van concentratie van supermarkten in centrumgebieden.
- De grotere supermarkten trekken bovendien steeds meer services naar zich toe. Denk aan het afhaalpunt voor pakketjes, een uitleenpunt of het faciliteren van ontmoetingen. Ook trekken supermarkten steeds meer non-food activiteiten naar zich toe. Reguliere supermarkten worden steeds meer warenhuizen. Dit hangt ook samen met de schaalvergroting. De sociaal-maatschappelijke waarde van de supermarkt wordt daardoor alleen maar belangrijker, evenals de rol en aantrekkingskracht van de supermarkt in een centrumgebied. Dit bepaalt uiteindelijk ook de leefbaarheid van een dorp, buurt of wijk.

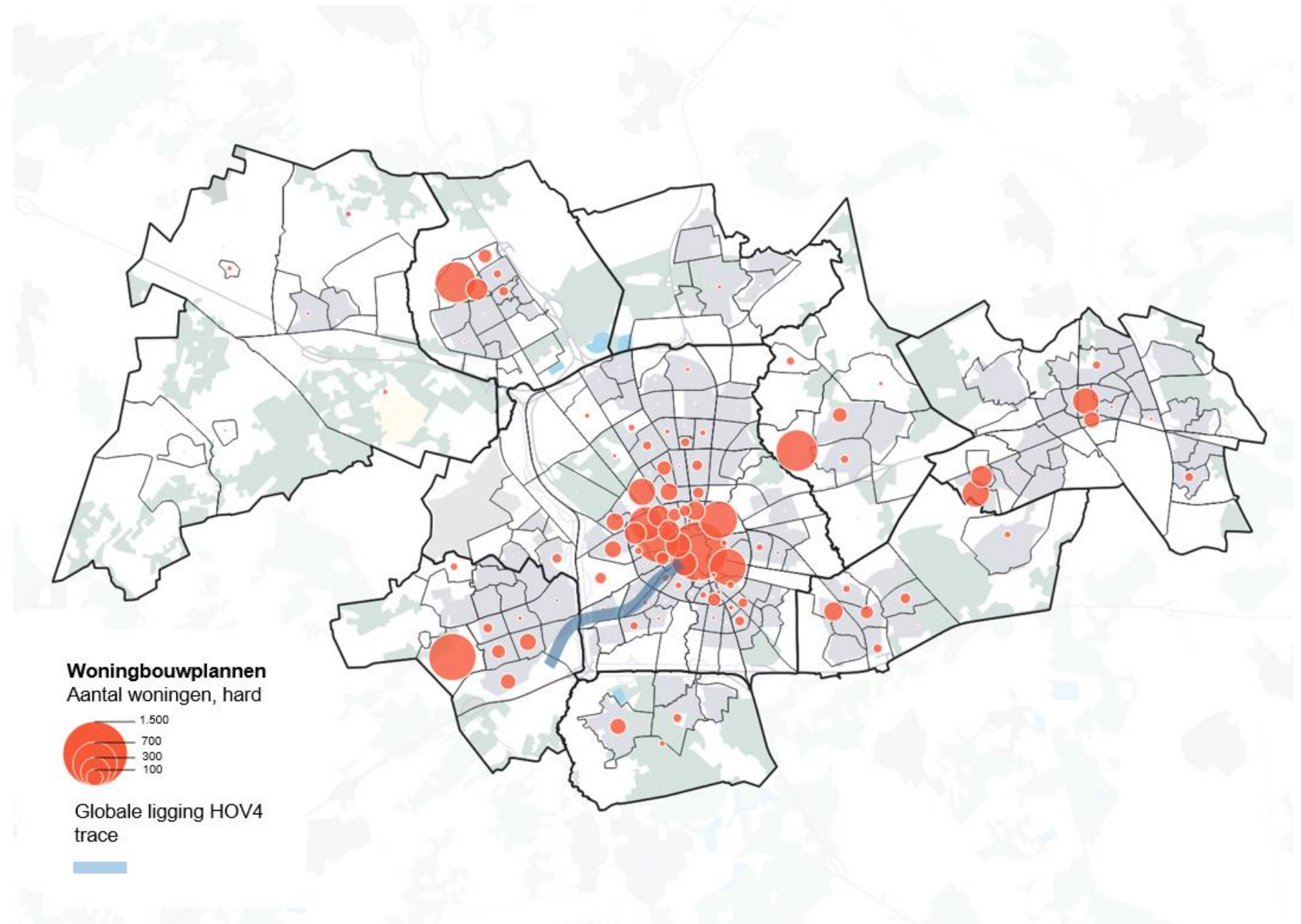
### Kwaliteit en toekomst van levensmiddelenpecialzaken

- Het toekomstperspectief van de levensmiddelenpecialzaken wisselt. Met name tijdens de coronajaren (2020, 2021) werd de bakker, groenteboer, slager en polier goed bezocht. Al jaren moeten deze zaken echter concurreren tegen de grotere supermarkten.
- Kwaliteit en keuzemogelijkheden van een specifieke productgroep. Dat is waar de specialzaken zich in onderscheiden. Ze zitten idealiter dichtbij de supermarkt, omdat de consument graag combinatiebezoeken doet.
- Specialzaken kenmerken zich bovendien door lokaal ondernemerschap. Dit is enerzijds een kwaliteit, maar anderzijds een risico. Veel winkels met ondernemers op leeftijd hebben geen bedrijfsopvolging. Ook nemen de lasten fors toe (energie, personeel, grondstoffen, etc.). Hierdoor komen veel ondernemers in zwaar weer, met mogelijk sluiting en leegstand als gevolg.
- De behoefte van de consument aan kwalitatief hoogwaardig en duurzaam voedsel neemt wel toe. Hierdoor blijft er altijd markt voor specialzaken.

### 3.2 Visie op het economisch draagvlak

#### Forse bevolkingsgroei betekent meer draagvlak

- In het SGE wonen anno 2021 bijna 527.000 inwoners. Dit aantal stijgt de komende jaren fors, namelijk tot ruim 580.000 inwoners in 2030 en ruim 600.000 in 2035. Ook na 2035 is de verwachting dat het aantal inwoners gestaag doorgroeit, met name als gevolg van migratie.
- De bevolkingsgroei hangt samen met de forse ambitie van het SGE. In Verstedelijkingsakkoord SGE is een krachtige woningbouwambitie geformuleerd. Dit land onder meer in grote gebiedsontwikkelingen, zoals Eindhoven Internationale Knoop XL (EIK XL), het Centrum van Eindhoven (Ontwikkelperspectief Centrum), Helmond Centrum+ en de 'Ontwikkel-as Eindhoven Centrum-Veldhoven De Run' (HOV4).
- In figuur 4 is op basis van voorziene woningbouwplannen en prognoses geografisch aangegeven waar de woningbouw plaatsvindt. Deze kaart geeft daardoor tevens een goede indicatie waar de meeste nieuwe inwoners terecht komen en waar dus lokaal de meeste extra draagvlak ontstaat voor boodschappenaanbod.
- Ondanks de forse bevolkingsgroei blijkt uit de analyse dat er tot 2030 in het SGE als geheel geen extra kwantitatieve behoefte ontstaat voor toevoeging van winkelruimte in de dagelijkse sector. Dit heeft als oorzaak dat er in de huidige situatie sprake is van een kwantitatief overaanbod. Anders gezegd, de groei van de bevolking tot 2030 zal er voor zorgen dat vraag en aanbod weer in balans komen.
- Uiteraard kan lokaal wel sprake zijn van enige kwantitatieve behoefte aan nieuw dagelijks aanbod als gevolg van bevolkingsgroei, samenhangend met de bevolkingsgroei. Toevoegen van kwaliteit dient echter uitgangspunt te zijn boven toevoegen van kwantiteit.



Figuur 4: Woningbouwplannen (hard) per buurt

### **Verschuiving van de demografische samenstelling**

- In het SGE zal een transitie van de demografische samenstelling plaatsvinden. Allereerst neemt, vergelijkbaar met elders in Nederland, het aandeel 65 plussers aanzienlijk toe, tot circa 23% in 2035. Meer ouderen betekent een andere kwalitatieve behoefte. Ouderen, zeker vanaf 70 jaar, zijn minder mobiel en zijn sterk afhankelijk van lokale voorzieningen. Dit betekent een goede spreiding en fijnmazigheid van voorzieningen. Ook betekent dit een toename van specifieke voorzieningen, zoals dienstverlening (zorg) en lokale ontmoetingsplekken. Buurt- en wijkcentra zijn geschikt om dit te faciliteren.
- Deels in samenhang met het bovenstaande neemt ook het aandeel eenpersoonshuishoudens of alleenstaanden toe. Veel woningbouw in de vorm van binnenstedelijke appartementen speelt hier ook op in. Dit bevordert ook de doorstroming. Meer eenpersoonshuishoudens betekent veelal ook een verschuiving van de behoefte. Gemak en efficiëntie van winkelvoorzieningen is voor deze doelgroep belangrijk.
- Met name in Eindhoven en Helmond zal de diversiteit van bevolkingsgroepen toenemen. Migratie is de belangrijkste verklaring voor de bevolkingsgroei. Dit uit zich in hoogopgeleide kenniswerkers, maar ook in productiegerichte arbeidsmigranten en vluchtelingen. Dit betekent ook behoefte aan meer diversiteit in winkelaanbod met focus op meerdere doelgroepen.

### **Regionale samenhang koopgedrag**

- Boodschappen doen wordt steeds diffuser. Zowel online, offline als over gemeentegrenzen. Binnen het SGE zijn momenteel ook al bepaalde gemeentegrens overstijgende koopstromen waar te nemen, met name van Veldhoven naar Eindhoven.
- Ontwikkelingen in de ene gemeente kunnen van invloed zijn op andere gemeenten. Dit vraagt om subregionale sturing.

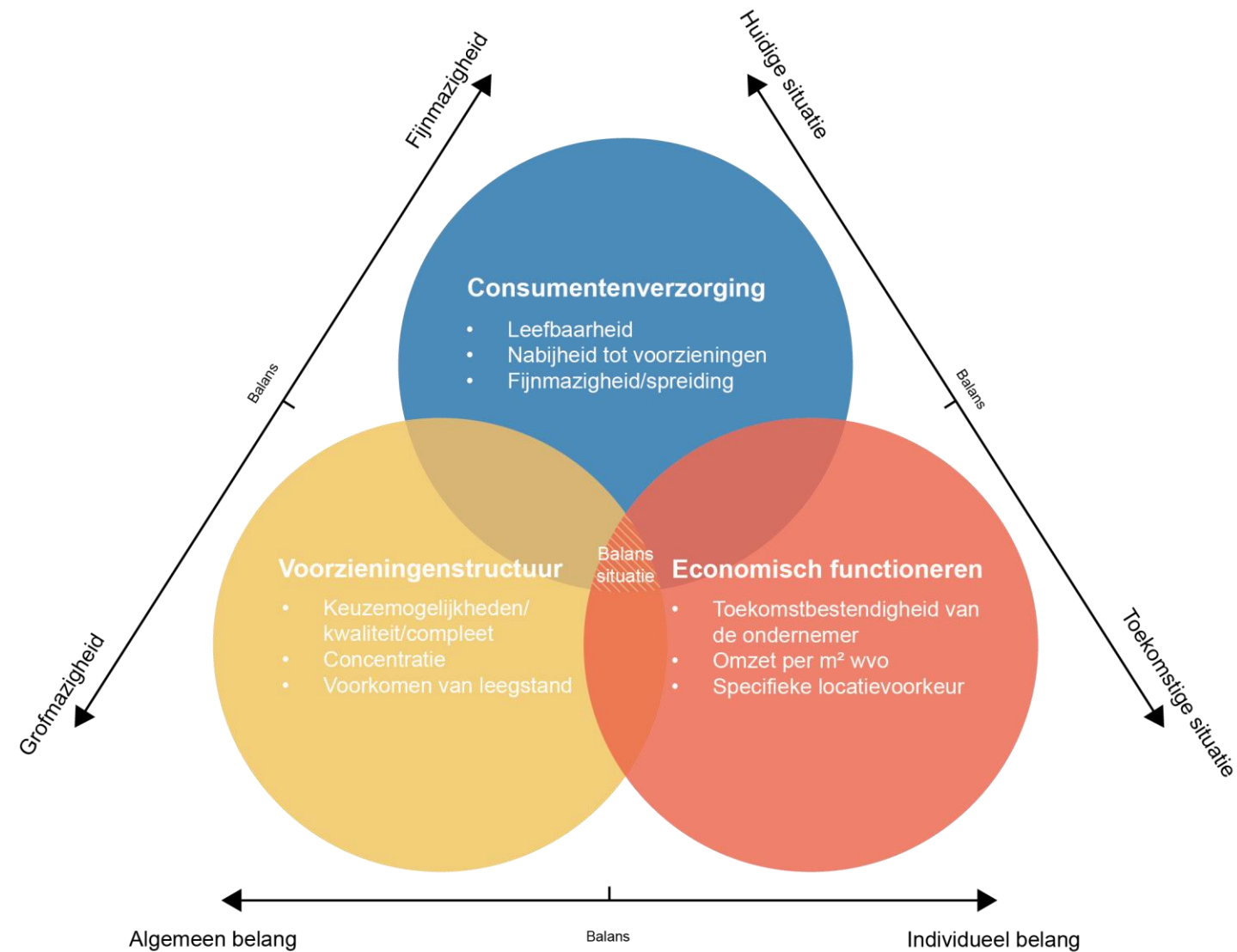
### 3.3 Uitgangspunten van de visie

Het detailhandelsbeleid stuurt in het kader boodschappenaanbod in de basis op drie hoofdoelen. Deze hoofdoelen hangen sterk met elkaar samen. Te veel nadruk op het ene doel, kan leiden tot een conflict met een ander doel. Uitgangspunt van deze visie is daardoor het streven naar een goede balans tussen de hoofdoelen.

1. **Consumentenverzorging:** de behoefte van inwoners in en bezoekers aan het SGE staat centraal. Een goede spreiding en nabijheid van boodschappenaanbod leidt tot een goede leefbaarheid. Daarmee hangt ook kwaliteit samen, zoals keuzemogelijkheden, gemak en comfort. Je moet als consument iets te kiezen hebben.
2. **Voorzieningsstructuur:** 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.
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.

Naast de hoofdoelen zijn er nog drie andere dimensies waar rekening mee gehouden dient te worden in het beleid. Deze dimensies leiden soms tot een spanningsveld. Ook hier is het uitgangspunt te streven naar een optimale balans.

- **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.



Figuur 5: Balans tussen doelen en dimensies

- **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 (onaanvaardbare) leegstand.
- **Huidige versus toekomstige situatie:** de visie schetst de wensen en ambities voor de toekomst (2030). 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.

### 3.4 Beleidsdoelen nader uitgewerkt

Navolgend zijn de hiervoor geschetste trends en de beleidscontext vertaald naar de beleidsdoelen voor het SGE.

#### 3.4.1 Concentratie is uitgangspunt

##### **Beleidsdoel: concentratie supermarkten is uitgangspunt**

De gemeenten in het SGE blijven streven naar concentratie van reguliere supermarkten in de buurt-, wijk-, stadsdeel- en dorpscentra. Supermarkten zijn de belangrijkste trekkers in deze centra waar het overige aanbod van profiteert via combinatiebezoek.

- Schaalvergroting is een wenselijke ontwikkeling die inspeelt op trends. Schaalvergroting mag plaatsvinden binnen concentratiegebieden, mits onderbouwd met goede kwalitatieve argumenten. Dit geldt ook voor

bijvoorbeeld de verbreding van non-foodactiviteiten binnen supermarkten. De ruimtelijke effecten moeten aanvaardbaar zijn.

- Reguliere supermarkten buiten concentratiegebieden op solitaire plekken zijn niet wenselijk. Ze hebben geen meerwaarde voor de detailhandelsstructuur en kunnen leiden tot onwenselijke effecten. Dit sluit ook aan bij de Afspraak in de MRE-visie: supermarkten worden gerealiseerd in of aan de rand van bestaande winkelgebieden. Schaalvergroting van (bestaande) supermarkten buiten concentratiegebieden is evenmin wenselijk, evenals verbreding met non-food. Buiten de concentratiegebieden is in de vorm van maatwerk wel ruimte voor kleinschalige boodschappenconcepten die meerwaarde bieden voor de (lokale) consumentenverzorging of specifieke doelgroepen (zie kader).
- In deze visie zijn de concentratiegebieden niet afgebakend. Dit vraagt lokale uitwerking en is onderdeel van een omgevingsvisie, detailhandelsvisie en/of centrumvisie. Dit is ook aan te bevelen in verband met het creëren van voorzienbaarheid bij saneren van plancapaciteit.

##### **Afwegingskader maatwerk gemakswinkels/mini-supermarkten**

Zoals hiervoor aangegeven is het SGE zeer terughoudend met het faciliteren van solitaire supermarkten. Alleen onder specifieke voorwaarden is het faciliteren van gemakswinkels of mini-supermarkten mogelijk buiten centrumgebieden. Een harde eis is dat het een kleinschalig concept betreft met een maximale maat tot 250 m<sup>2</sup> vwo. Daarnaast dient te worden voldaan aan minimaal drie van de volgende kwalitatieve criteria.

- Het betreft een hoog stedelijk gebied
- 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

Maatwerkgevallen moeten altijd worden afgewogen binnen het SGE. Om de regio objectief van input te voorzien, dient bij maatsituaties op basis van onderzoeken en stukken altijd advies gevraagd te worden van de RACD.

*Afwegingskaders zijn geen (juridisch) 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.*

#### 3.4.2 Innovatie en vernieuwing faciliteren

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

De gemeenten in het SGE 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 buurt-, wijk-, stadsdeel- en dorpscentra. Gemeenten hanteren daardoor in principe een positieve houding aan bij nieuwe supermarktontwikkelingen in centrumgebieden.
- Solitaire ontwikkelingen zijn niet toegestaan. Wel bestaat lokale beleidsruimte om de bestaande boodschappenstructuur te herzien. Als bijvoorbeeld twee momenteel slecht functionerende centra samengevoegd worden tot één nieuwe concentratie is dit mogelijk, uiteraard binnen de kaders van regionale afstemming.

### 3.4.3 Saneren overtollige en ongewenste plancapaciteit

#### **Beleidsdoel: reduceren ongewenste plancapaciteit supermarkten**

De gemeenten in het SGE gaan actief aan de slag met het saneren van (harde) plancapaciteit van supermarkten op ongewenste, onbenutte en potentieel structuur verstorende locaties, zoals op bedrijventerreinen of andere solitaire plekken.

- Om ongewenste vestgingen van supermarkten 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 gemeenten 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 risicogeveallen en daarna het uitvoeren van juridische sanering (zie uitvoering).



## 4 Visie op de afhaal- en bezorgeconomie

Dit hoofdstuk schetst op basis van trends, analyses, consumentengedrag en marktontwikkelingen een visie op de bezorgeconomie. Dit heeft vanuit detailhandelsbeleid primair betrekking op bezorgen/afhalen en internetverkoop. Verder hangt het samen met flietsbezorging (dark stores) en maaltijdbezorging (dark kitchens). De bezorgeconomie gaat dwars door verschillende functies heen, namelijk detailhandel, horeca en bedrijven. De visie geeft allereerst heldere definities en een visie wat waar wel/niet mag landen.



## 4.1 Trends in de bezorgeconomie

### Bezorgeconomie volop in beweging

- De bezorgeconomie is niet meer weg te denken uit de maatschappij. De afgelopen jaren is het aantal bezorgdiensten, afhaalhoreca en fast-food horeca fors gestegen, ook in het SGE. Dit soort concepten voorzien in de toenemende behoefte van de consument aan gemak, efficiëntie en snelheid.
- In het SGE is het aantal vestigingen in de fastservice horeca met 45% gegroeid ten opzichte van 2012. Dit is groter dan het landelijk gemiddelde. Met name het aantal aanbieders in de branche bezorgen/halen<sup>1</sup> fors toe, namelijk met 300% ten opzichte van 2012. Dit uitte zich met name in de gemeente Eindhoven (+50 verkooppunten).
- Thuisbezorging van maaltijden (horeca) is volgens het KSO2021 het sterkst in Eindhoven (17%), gevolgd door Helmond (14%). In de overige gemeenten van het SGE hangt het aandeel thuisbezorging rond de 10%. Het zijn vooral de jongere hoogopgeleide mensen en studenten die veel laten thuisbezorgen. Naar verwachting gaan deze aandelen groeien.
- Naast fastservice horeca zijn er steeds meer flitsbezorgers actief die levensmiddelen binnen zeer korte tijd thuisbezorgen. De afgelopen jaren zijn er verschillende nieuwe aanbieders opgestaan. In de gemeente Eindhoven zijn onder andere Gorilla's, Getir en Flink actief.
- Verder zijn er diverse online supermarktconcepten die thuisbezorgen. Online supermarkt Picnic is actief in de gebieden binnen het SGE, behalve in Gerwen en Nederwetten en de gemeente Oirschot.
- De verwachting is dat in de toekomst meer nieuwe online thuisbezorgconcepten zullen ontstaan vanuit de horeca en detailhandel. De verwachting is dat uiteindelijk enkele grote spelers overblijven. Het is een vechtmakkt. Er zullen spelers komen en gaan.

### De keerzijde van de bezorgeconomie

- De bezorgeconomie voorziet in een bepaalde behoefte, maar kent ook veel negatieve (ruimtelijke) effecten. Denk aan overlast van fietsers/brommers in de openbare ruimte, verkeersonveilige situaties, verlies van kwaliteit, geuroverlast, etc. Bovendien zorgt de explosieve groei van fastfood en bezorgconcepten voor negatieve effecten op het klimaat en de gezondheid van mensen. Zonder ingrijpen van de overheid zullen deze negatieve effecten niet minder worden.
- Andere negatieve effecten zijn het verlies van diversiteit in centrumgebieden. Veel winkelpanden worden opgevuld met dergelijke afhaal- en bezorgconcepten, vaak ook meerdere naast elkaar. Bovendien leidt een veelvoud van concepten ook tot omzeteffecten op reguliere detailhandel en horeca.

### Juridische trends bezorgeconomie

- De jurisprudentie rondom flitsbezorgers en fastfood(bezorg)bedrijven is continu in ontwikkeling. Er bestaat voor dit soort concepten een dunne lijn tussen 'detailhandel' en 'horeca', wat in de praktijk tot lastig handhaafbare situaties kan leiden.
- De Raad van State toetst concepten op basis van aard en inrichting van de verkoopruimte, bijvoorbeeld of sprake is van ter plekke nuttigen en de aanwezigheid van tafeltjes. Door blurring en vermenging met bezorg- en afhaaldiensten wordt het (juridisch) onderscheid tussen detailhandel en horeca steeds moeilijker te bepalen.
- Jurisprudentie ten aanzien van flitsbezorgers heeft ons geleerd dat het in de basis distributiebedrijven zijn, ofwel een 'bedrijf'.

## 3 belangrijke bezorgeconomie trends

### 1 Omzet bezorgeconomie sterk gegroeid

De Nederlandse bezorgeconomie is de afgelopen jaren sterk gegroeid. Zo steeg de omzet van fooddelivery in 2021, ten opzichte van 2020, met 28%. Bezorging door supermarkten en andere retailers is verantwoordelijk voor de grootste stijging: 36%. Restaurants en andere foodservice-formules zijn goed voor 19% groei in 2021. Corona heeft hier fors aan bijgedragen, echter was er in de jaren daarvoor ook al sprake van groei.

Bron: FoodService Instituut Nederland (2021)



### 2 Aantal aanbieders fors gestegen

Niet alleen de omzet steeg, ook het aantal aanbieders is fors gestegen. In Nederland nam het aantal aanbieders in de categorie fastservice ten opzichte van 2012 toe met 39%. Wanneer specifiek gekeken wordt naar het aantal horeca verkooppunten in de categorie bezorgen en halen is een toename zichtbaar van 117%.

Bron: Locatus (2022)



### 3 Aanbod ontwikkeling verandert

De afgelopen jaren zijn er steeds meer nieuwe boodschappen diensten ontstaan die inspelen op snelheid en gemak. Denk aan aanbieders als Crisp, Picnic, Flink, Getir & Hello Fresh. Met name het aantal flitsbezorgers in de (grote) steden nam toe. Vandaag de dag is echter een ommekeer zichtbaar. De concurrentie is groot en de winsten staan onder druk. Enkele aanbieders (Zapp) zijn inmiddels al uit het straatbeeld verdwenen of overwegen een landelijk vertrek (Gorilla's & Flink).



<sup>1</sup> Onder bezorgen/afhalen worden verkooppunten bedoeld die zich richten op de verstrekking van (warme) maaltijden, die niet ter plekke geconsumeerd worden maar worden afgehaald of bezorgd.

Figuur 6: Trends in de bezorgeconomie.

Ook als een afhaalbalie wordt gecreëerd, blijft het grootste deel van de activiteit een bedrijf.

- Onder de Omgevingswet lijkt sturing op de aard van de effecten veel relevanter. Sturen op specifieke functie aanduidingen, zoals detailhandel of horeca wordt steeds moeilijker.

## 4.2 Beleid voor afhalen

### Beleidsdoel: Afhaalpunten (met showroom) faciliteren in centra

De gemeenten in het SGE blijven streven naar concentratie van afhaalpunten met en zonder showroom in centrumgebieden. Hier liggen immers kansen voor combinatiebezoek. Alleen afhaalpunten (zonder showroom) zijn bij uitzondering mogelijk op trafficlocaties.

In de detailhandelsvisie SGE uit 2015 werd gesproken over drie categorieën die bepaald werden door de mate waarin de consument wordt aangetrokken naar een fysieke plek (consument aantrekkende werking).

- **Bedrijf** dat (online) goederen verkoopt vanuit huis of vanuit een andere functie, zoals een kantoor of opslag – geen consument aantrekkende werking.
- **Afhaalpunt** waar goederen enkel kunnen worden afgehaald – consument aantrekkende werking zonder showroom.
- **Internetwinkel** met showroomfunctie – consument aantrekkende werking met showroom.

Voor afhalen is deze driedeling nog steeds actueel. Sinds 2015 is het online winkelen sterk toegenomen. Dit leidt tot meer pakketjes en dus ook meer afhaalpunten. Bovendien wordt tweedehands kopen steeds populairder. Dit kan verklaard worden door enerzijds meer bewustwording voor duurzaamheid en anderzijds het feit dat sommige doelgroepen minder te besteden hebben (door economische recessie). Het internet draagt ook bij

aan de populariteit van de tweedehandsmarkt, bijvoorbeeld door partijen zoals Marktplaats en Vinted. Voor de komende jaren verwacht het SGE een verdere toename van afhaalpunten en dus het ruimtegebruik.

Het huidige beleid wat betreft afhalen wordt gecontinueerd. Het afwegingskader in het schema geeft aan hoe concepten gecategoriseerd moeten worden. In feite bepaalt de mate van consument aantrekkende werking de locatievoorkeur. In de basis geldt het volgende:

- **Bedrijf** zonder afhaalpunt of consument aantrekkende werking is geen detailhandel. Dergelijke (distributie)bedrijven of kantoren horen thuis op daarvoor aangewezen werklocaties, zoals bedrijventerreinen.
- **Afhaalpunt** (zonder showroom) met enige consument aantrekkende werking hoort in principe thuis in een winkel(gebied). Het is immers detailhandel. Wel zijn voor deze pure afhaalpunten uitzonderingen mogelijk op trafficlocaties, zoals op campussen, bij tankstations, mobiliteitshubs of andere trafficlocaties.

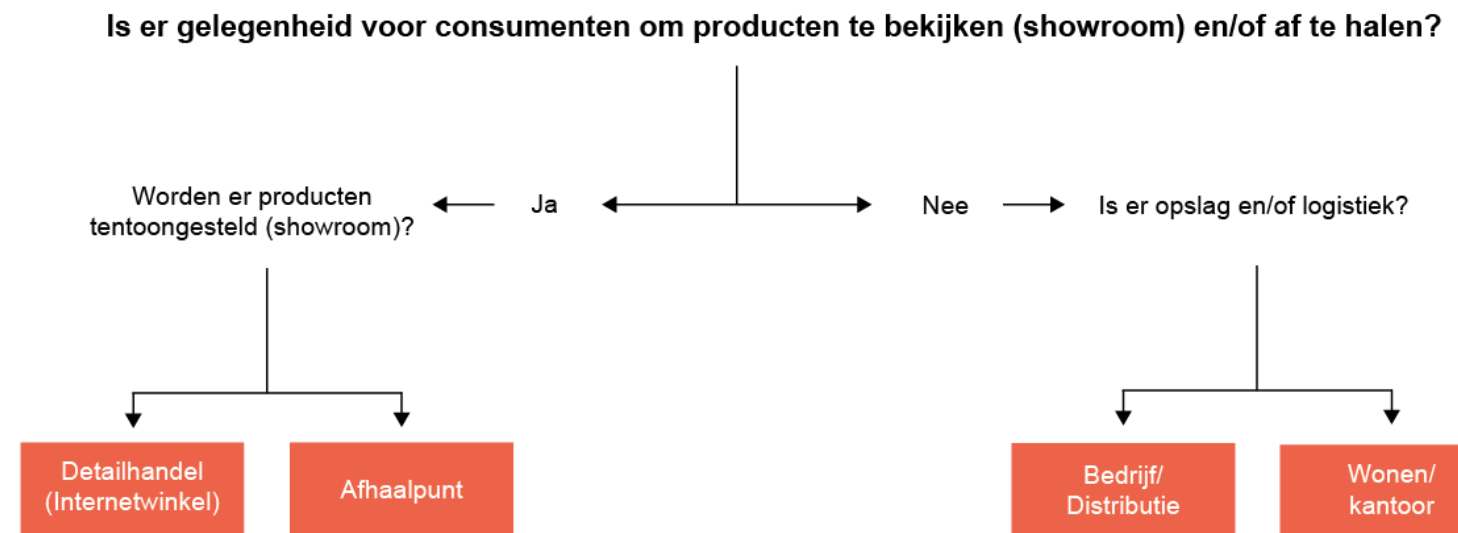
- **Internetwinkels** (met showroom) zijn in feite multichannel bedrijven met een fysieke winkel. Dit is detailhandel en hoort thuis in de daarvoor beleidsmatig aangewezen winkelgebieden. ‘

## 4.3 Beleid voor bezorgen

### Beleidsdoel: Negatieve effecten bezorgeconomie voorkomen

De gemeenten in het SGE voeren actief beleid om de negatieve ruimtelijke effecten van de bezorgeconomie te voorkomen. Dit wordt enerzijds bereikt met duidelijke definities en locatiekeuzes. Anderzijds met het inzetten van concrete instrumenten (zie uitvoering).

Mede door de groei van online, de behoefte aan gemak en efficiëntie en de Coronacrisis is de bezorgcomponent binnen detailhandel (en horeca) steeds belangrijker geworden (last mile delivery). Veel bedrijven spelen hier op in, zoals de flitsbezorgers (bijvoorbeeld Gorillas en Flink), diverse



Figuur 7: Afwegingskader voor afhalen

boodschappendiensten en –apps (bijvoorbeeld Picnic, Crisp), de horeca (bijvoorbeeld Thuisbezorgd, Uber Eats), maar ook reguliere (online) winkelketens (bijvoorbeeld Bol en Amazon).

De bezorgeconomie wordt momenteel vooral gekenmerkt door negatieve omgevingseffecten, zoals overlast van fietsers/brommers/busjes, onveilige verkeerssituaties en verlies van kwaliteit en uitstraling publieksgerichte panden (dark stores/kitchens). Sinds 2015 zijn dit nieuwe ruimtelijke effecten. Het SGE wenst met dit nieuwe beleid meer te sturen op de negatieve ruimtelijke effecten van de bezorgeconomie.

Hoewel de bezorgeconomie ook in de toekomst een blijvende factor van betekenis zal zijn, is de ontwikkeling van deze sector onzeker. Bedrijfsmatig wordt nauwelijks winst gemaakt en ook vanuit het perspectief van duurzame mobiliteit en klimaat is het huidige model niet langer toekomstbestendig. De bezorgeconomie kan in de toekomst alleen duurzaam opereren via (centrale) afhaalpunten. Dit biedt kansen voor bijvoorbeeld pakketdiensten in buurt- en wijkcentra.

Voor de bezorgbedrijven die in de toekomst overblijven zien wij een vergelijkbare driedeling als bij afhalen.

- **Pure distributie/bezorging.** Hier is geen sprake van een consument aantrekkende werking. Het is een distributiebedrijf en hoort daarmee thuis op een werklocatie, zoals een bedrijventerrein.
- **Zowel distributie/bezorging als showroom.** Hier is sprake van een gemengd concept. Het zijn winkels, maar de aanzienlijke distributiecomponent kan negatieve ruimtelijke effecten hebben voor een centrumgebied. Deze concepten worden idealiter gefaciliteerd aan de randen van centra waar voldaan kan worden aan bepaalde ruimtelijke voorwaarden (zie kader). Ze horen, vanwege de negatieve ruimtelijke effecten, niet thuis in de kernverblijfsgebieden van binnensteden en grotere winkelgebieden. Wel in aanloopgebieden.

- **Geen/nauwelijks distributie/bezorging.** Hier is sprake van een winkel, die (vanuit de winkel) af en toe iets laat bezorgen. Deze concepten horen thuis in centrumgebieden.

#### **Afwegingskader gemengde concepten distributie en showroom**

Zoals hiervoor aangegeven zijn er concepten in de bezorgeconomie die zowel (vanuit één specifieke locatie) bezorgen als consumenten ontvangen (showroom). Met vaak negatieve ruimtelijke effecten als gevolg (verkeersoverlast en verlies van kwaliteit). Om locatiekeuzes van dergelijke concepten te kunnen afwegen zijn de volgende afwegingscriteria geformuleerd. Indien een locatie voldoet aan meerdere criteria zou een vestiging wenselijk kunnen zijn.

- Locatie centraal in verzorgingsgebied van circa 75.000 inwoners
- Actieradius van circa 3 kilometer.
- Pand van circa 300 tot 600 m<sup>2</sup>
- Voldoende ruimte voor stalling fietsen/brommers (eigen terrein)
- Voldoende ruimte trottoir (geen hinder voetgangersverkeer)
- Ontsluiting hoogwaardige fietspad (> 2 meter breed)
- Rand/aanloopgebied van centrumgebied om overlast te beperken
- Niet naast horeca met terras

*Afwegingskaders zijn geen (juridisch) 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 Visie op recreatief winkelen

Dit hoofdstuk schetst op basis van trends, analyses, consumentengedrag en marktontwikkelingen een visie op het recreatief winkelen in de toekomst (2030). Dit heeft met name betrekking op de binnensteden en hoofdcentra met veel winkels op het gebied van kleding, schoenen, warenhuizen, sport, spel, media, hobby en vrije tijd. Ook wel de recreatieve sector genoemd. De visie geeft het perspectief van de sector in het SGE weer. Daarnaast worden diverse beleidslijnen benoemd met als doel het behoud van het recreatief profiel van de grotere centra en daarmee aantrekkelijke vitale binnensteden en hoofdcentra.

*Foto: Veestraat, gemeente Helmond*



## 5.1 Trends

### Winstgevendheid ondernemers staat onder druk

- De mate waarin consumenten online georiënteerd zijn, verschilt sterk per gemeente. Zo is in de gemeente Son en Breugel de online afvloeiing in recreatieve aankopen beperkt (23%). In de gemeente Oirschot ligt het aandeel afvloeiing online het hoogst (36%). In het Stedelijk Gebied Eindhoven ligt de gemiddelde online afvloeiing voor recreatief winkelaanbod op 33%.
- Zoals aangegeven is de online kooporiëntatie uit 2021 waarschijnlijk deels een piek als gevolg van corona geweest. De groei lijkt te stabiliseren, ook in het SGE. Voor de middellange termijn zijn algehele economische factoren waarschijnlijk meer van invloed op het functioneren van het recreatieve winkelaanbod, zoals inflatie en het dalend consumentenvertrouwen. Dit leidt tot minder bestedingen.
- De economische situatie heeft waarschijnlijk ook grote gevolgen voor ondernemers. Veel recreatieve winkels hebben te maken met een hoge schuldenlast vanwege de coronajaren. Tegelijkertijd staat de winstgevendheid onder druk door de stijging van kosten op het gebied van energie, personeel en huur. Als de inkomsten opdrogen, maar de kosten stijgen kan dat resulteren in meer bedrijfsbeëindigingen en faillissementen.

### Grote binnensteden zijn weerbaar

- De grote binnensteden van Nederland, waaronder Eindhoven, doen het weer goed. Bezoekers weten de centra weer te vinden. Hoewel het recreatieve winkelaanbod hier al jaren daalt en de (fastservice) horeca fors is gegroeid, lijkt een nieuwe balans te ontstaan.
- Eindhoven weet ook nieuwe winkelketens en ondernemers aan te trekken, wat zorgt voor meer diversiteit en vernieuwing. Dit is positief voor het toekomstperspectief. Naar verwachting blijft de Eindhovense binnenstad met alle voorziene plannen op het gebied van vergroening, woningbouw en verblijven ook de komende jaren in beeld als één van de meest aantrekkelijke binnensteden van Zuid-Nederland.

## 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: Omzetkengedaten (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 prominentere 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.



### 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.

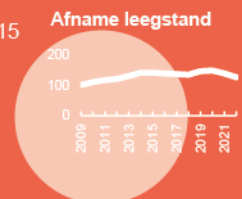
Bron: KSO (2022)



### 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)



Figuur 8: Trends in recreatief winkelen.

### Middelgrote binnensteden blijven kwetsbaar

- Ondanks alle aandacht en investeringen, blijven middelgrote binnensteden het lastig houden. Zeker als sprake is van te veel winkelaanbod met een te weinig onderscheidend karakter. Het centrum van Helmond heeft een eigen verzorgingsfunctie, maar verliest veel bestedingen aan Eindhoven. Dit heeft te maken met de aantrekkelijkheid van de Eindhovense binnenstad, maar ook met de relatief korte afstand.

### Dorpscentra houden perspectief

- Dorpscentra kunnen prima functioneren, mits het aanbod goed aansluit op de behoefte van de eigen inwoners. De afgelopen jaren zijn de dorpscentra steeds meer verkleurd naar boodschappencentra, met een nadruk op dagelijkse artikelen met aanvullend aanbod dat bezocht wordt in het verlengde van dit bezoekmotief. Ook hier was sprake van een afname van het recreatieve winkelaanbod.
- Met name winkels op het gebied van huishoudelijke artikelen en laagwaardige (discount) mode worden sterk bezocht in het verlengde van de boodschappen.

## 5.2 Visie

### Complementariteit tussen binnensteden: Eindhoven en Helmond

- Deze visie gaat uit van een bepaalde complementariteit tussen centrumgebieden binnen de regio. Zowel in verzorgingsgebied, profiel, bezoekmotief als aanbod. De binnensteden van Eindhoven en Helmond staan bovenaan de hiërarchie wat betreft recreatief winkelen.
- In zowel de binnenstad van Eindhoven als Helmond liggen opgaven om conform beleid in te zetten op een aantrekkelijker verblijfsklimaat via vergroening, minder auto en meer verblijfs-elementen- en functies. Hier is en wordt ook al het nodige geïnvesteerd. Deze binnensteden zullen de komende jaren in positieve zin aanzienlijk gaan veranderen.
- Vanuit het regionaal beleid is de wens de complementariteit tussen de binnensteden van Eindhoven en Helmond verder te versterken. Om dit

te bereiken dient bij nieuwe initiatieven rekening te worden gehouden met de volgende aspecten.

- Eindhoven heeft een bovenregionale aantrekkingskracht, Helmond meer lokaal tot regionaal.
- Eindhoven trekt meer koopkrachtigere bezoekers dan Helmond aan, ook op basis van de inwoners in de eigen gemeente.
- Eindhoven heeft en houdt meer massa en diversiteit in het winkelaanbod vergeleken met Helmond.
- Helmond streeft ook naar een divers en gevarieerd aanbod voor meerdere doelgroepen, met een focus op jongeren, kinderen en gezinnen. De totale omvang zal nooit Eindhoven nastreven.
- Eindhoven dient ruimte te behouden voor detailhandel en economische activiteiten aan de randen van de binnenstad.
- In Helmond is de urgentie om te komen tot een compact centrum veel groter dan in Eindhoven. Ook Helmond heeft aanloopstraten van betekenis, zoals de Steenweg, die beter onderdeel moeten worden van het (compacte) centrum.

### Complementariteit tussen dorpscentra

- De dorpscentra van Best, Geldrop, Mierlo, Nuenen, Oirschot, Son, Veldhoven (Kromstraat) en Aalst (Den Hof) hebben ieder een eigen profiel en samenstelling van aanbod. Feit is dat het boodschappen-aanbod hier steeds belangrijker is geworden. Dit zal ook in de toekomst zo blijven. Het behouden en eventueel versterken van supermarktaanbod is essentieel, omdat het overig aanbod daar sterk op functioneert via combinatiebezoek.
- In het verlengde van het boodschappen doen spelen ook andere niet-dagelijkse winkels een rol, zoals huishoudelijke artikelenwinkels, warenhuizen, laagwaardige modewinkels en doelgerichte winkels. Denk aan formules zoals Action, Hema, Xenos, Wibra, Zeeman en Blokker. Het is van belang ook deze type winkels te blijven faciliteren in deze centra en waar mogelijk ruimte te bieden voor modernisering en vernieuwing.

- Waar het recreatief winkelaanbod afneemt, kan worden gezocht naar alternatieve invullingen. Kansrijk is zoals gezegd het versterken van de boodschappenfunctie. Ook ambachten, horeca, wonen en werken biedt in de lokale centra kansen.

### Perspectief van Citycentrum en WoensXL

- Het Citycentrum in Veldhoven en WoensXL in Eindhoven-Noord zijn planmatig opgezette winkelcentra. Voor beide centra ligt een opgave om een nieuw profiel en positie te bepalen. In de huidige vorm zijn beide centra te weinig toekomstbestendig, omdat het winkelaanbod te dominant is, de verblijfskwaliteit achter blijft en de complementariteit met centra in de omgeving beperkt is.
  - Het Citycentrum werkt met alle betrokkenen en de gemeente aan een nieuw Masterplan. Tevens gaat de gemeente aan de slag met een lokale retailvisie, waarin ook de complementariteit met andere centra wordt geborgd.
  - WoensXL heeft met alle betrokkenen en de gemeente al flinke stappen gezet in de planvorming voor de herstructurering van het hele gebied. Uitgangspunt is een kleiner winkelgebied en meer andere publieksvoorzieningen gericht op de omliggende wijken, zoals zorg, onderwijs, maatschappelijk en ambachten.

## 5.3 Beleid

### 5.3.1 Concentratie is uitgangspunt

#### **Beleidsdoel: recreatief winkelaanbod concentreren in centra**

Recreatief winkelaanbod hoort thuis in de hoofdcentra van de steden en dorpen in het SGE. In de buurt- en wijkcentra is eveneens recreatief winkelaanbod kansrijk, maar in veel mindere mate en aanbod in het verlengde van het boodschappen doen. Buiten de reguliere centra is recreatief winkelaanbod niet toegestaan.

- Recreatief winkelaanbod, zoals mode, warenhuizen, sport, speelgoed, vrije tijdsartikelen en media hoort thuis in binnensteden en hoofdcentra van kernen. Deze centra worden bezocht om een dagje te winkelen, te beleven en te ontmoeten. Ook is hier de synergie met horeca en leisure groot.
- Centra dienen compleet te zijn. Dit betekent niet zozeer meer winkels, maar een branchering die in kwalitatieve zin beter is afgestemd op de doelgroep in het verzorgingsgebied.
- De consument is steeds kritischer en dat betekent dat pull-factoren een reden kunnen zijn om een centrum niet te bezoeken. Denk aan te hoge parkeerkosten, lastige bereikbaarheid, geen aantrekkelijk verblijfsklimaat, weinig sfeer, geen openbare toiletten, etc. Investeren in deze randvoorwaarden om het de consument zo comfortabel mogelijk te maken draagt bij aan de toekomstbestendigheid van centra.

### 5.3.2 Compact, compleet en comfortabel

#### **Beleidsdoel: Compact, compleet en comfortabel**

Centrumgebieden moeten compact zijn en blijven. Het aanbod dient ten opzichte van het draagvlak en kwalitatieve behoefte van bezoekers compleet te zijn. Een comfortabel centrum met een goede bereikbaarheid, aantrekkelijk verblijfsklimaat en veel groen is uitgangspunt.

- Streven naar compacte centra blijft belangrijk. Consumenten verwachten een zo goed als aaneengesloten front met publieksfuncties, zoals winkels, horeca en diensten. Het is van belang in lokaal beleid duidelijke uitspraken te doen over de deelgebieden in centra, zoals de contour van het kernwinkelgebied en de aanloopstraten.
- Een compact centrum voorkomt een 'gatenkaas-structuur'. Enerzijds met leegstand als een centrum te veel winkelmeters bevat. Anderzijds dient zeer terughoudend om te worden gegaan met transformatie van woonfuncties in de plint in het kernwinkelgebied.
- Met name voor de centra die momenteel nauwelijks leegstand kennen en een goed toekomstperspectief hebben, zoals de binnenstad van Eindhoven, dient ook aandacht te zijn voor het blijvend bieden van publieksgerichte voorzieningen aan de randen van het kernwinkelgebied. Ontdekgebieden waar startende ondernemers tegen lagere huurprijzen kunnen ondernemen en waar enige leegstand acceptabel.



## 6 Visie op doelgericht winkelen

Dit hoofdstuk schetst op basis van trends, analyses, consumentengedrag en marktontwikkelingen een visie op de perifere detailhandel. Met perifere detailhandel bedoelen we enerzijds winkelgebieden buiten de reguliere centra, vaak aan de randen van het stedelijk gebied. Denk aan de woon-/meubelboulevards of concentraties winkels op bedrijventerreinen. Verder bedoelen we met perifere detailhandel winkels die vanwege aard van het assortiment (volumineus) niet inpasbaar zijn in reguliere centra, zoals woon-, doe-het-zelf- en tuinwinkels. Daarnaast gaat dit hoofdstuk in op specifieke vormen van detailhandel die vaak in de periferie voorkomen. Denk aan boerderijwinkels, ondergeschikte detailhandel bij trafficlocaties.



## 6.1 Trends op doelgericht winkelen

### Bestedingen staan onder druk

- Sinds 2015 nemen de bestedingen in woonwinkels, doe-het-zelf-zaken en tuincentra fors toe, met een piek in 2020 als gevolg van corona. Inmiddels vakt de groei van bestedingen af als gevolg van economische onzekerheid en inflatie. Winkels in de doelgerichte sector of perifere branches worden doorgaans als eerste geraakt als er recessie ontstaat.
- Met name door corona is de winkelomzet fors gestegen. Consumenten konden de uitgaven niet elders doen waardoor er meer is besteed aan woninginrichting, elektronica, de doe-het-zelf branche, tuinartikelen en planten.
- De mate waarin consumenten woon-, doe-het-zelf- en tuinartikelen online kopen is beperkt ten opzichte van andere branches, maar neemt de laatste jaren wel sterk toe. Met name woonartikelen worden steeds meer online gekocht. Elektronica wordt al jaren sterk online gekocht.
- Op basis van het voorgaande is de verwachting dat de stijgende bestedingen van de laatste jaren voor de komende jaren niet meer aan de orde zal zijn. Op korte termijn zullen de bestedingen gaan dalen, maar op de langere termijn waarschijnlijk stabiliseren.

### Veranderende ruimtebehoefte

- Diverse macro-trends in de doelgerichte sector zorgen er voor dat ruimtebehoefte en locatievoorkeuren van retailers veranderen. Het online koopgedrag van de consument is daar een belangrijk voorbeeld van. Winkels zijn online goed vindbaar, waardoor solitaire liggingen ook prima mogelijk zijn voor bepaalde ondernemers.
- Tegelijkertijd zorgt online en digitalisering voor het feit dat veel fysieke winkelmeters niet meer nodig zijn. Dit uit zich in schaalverkleining van woon- en elektrowinkels, maar ook in toenemende belangstelling voor kleinere city stores in binnensteden.

## 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 elektronica-zaken 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)

Afvloeiing per artikelgroep



### 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)



### 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 m<sup>2</sup>). Daarnaast zien we op grootschalige locaties ook schaalverkleining in de vorm van bijvoorbeeld speciaalzaken, maakbedrijven met showroom en ambachten.

Bron: RetailTrends (2022)



### 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)



Figuur 9: Trends perifere en overige detailhandel.

- In sommige sectoren wordt een (nog) grotere krimp verwacht als gevolg van trends. Autoshowrooms- en dealers zijn hier een goed voorbeeld van. Door de transitie van fossiel naar elektrisch is de verwachting dat de huidige ruimte impact fors zal krimpen.
- Binnen de woonbranche ontstaan nieuwe concepten die meerdere activiteiten combineren, zoals detailhandel, maakwerk/productie en ambacht. Denk aan een meubelmaker met showroom of interieurontwerp in combinatie met verkoop. Dergelijke concepten willen ook op (betaalbare) plekken vestigen op perifere concentraties.
- Ondanks het bovenstaande is toch ook nog sprake van nieuwe ruimtebehoefte. Dit komt met name voort uit grootschalige (landelijke) retailketens die opzoek zijn naar toplocaties in Nederland. Daarbij kan één retailer meteen veel winkelruimte vragen, aangezien formules in deze sector vaak (zeer) grootschalig van aard zijn.

## 6.2 Visie op doelgericht winkelen

### Mogelijkheden voor volumineuze detailhandel

Het SGE kiest, in het verlengde van de visie uit 2015, voor toekomstbestendige perifere concentraties. Deze concentraties zijn complementair aan de reguliere centra, namelijk op basis van het volgende.

- **Bezoekmotief:** winkels worden doelgericht en laagfrequent bezocht.
- **Assortiment:** artikelen zijn veel volumineus en daardoor vanwege de aard van het assortiment niet inpasbaar in reguliere centra

Voor de perifere concentraties gelden wel voorwaarden om deze complementariteit te borgen. Vergelijkbaar met het beleid uit 2015 is daardoor gekozen voor een duidelijke afbakening van de branchering. In die afbakening is de volumineuze aard van het assortiment leidend en het koopmotief ondergeschikt. Winkels in de volgende branches zijn naast reguliere centra ook binnen perifere concentraties toegestaan.

- Auto's, boten, caravans (ABC) en aanverwante artikelen
- Woonwinkels, zoals meubel- en keukenzaken.
- Doe-het-zelfzaken, zoals bouwmarkten
- Tuinartikelenzaken en tuincentra<sup>2</sup>
- Overige vormen in volumineuze artikelen, zoals haarden, zwembaden, aanhangwagens, zonwering, tegels, etc.

Binnen de aangewezen concentratiegebieden hoeft voor deze branches geen aanvullende maatvoeringsbeperking opgenomen te worden, omdat de aard van het assortiment en het bezoekmotief voor voldoende complementariteit zorgt. Dit geeft ondernemerschap meer ruimte en sluit goed aan bij de principes van de Dienstenrichtlijn. Gemeenten kunnen hier echter gemotiveerd wel voor kiezen, zoals bijvoorbeeld Helmond doet voor de Engelseweg en omgeving (minimale maat van 1.000 m<sup>2</sup> wvo per winkel).

### Reguliere detailhandel in perifere concentraties niet toegestaan

Winkels buiten de hierboven genoemde branchering zijn in principe niet toegestaan in perifere concentraties. Denk aan dagelijkse voorzieningen (supermarkten), huishoudelijke artikelen, warenhuizen, kleding, sport, speelgoed, en media. Brancheverbreding op perifere locaties in deze categorieën resulteert in te veel overlap met reguliere centra, waardoor de complementariteit onder druk komt te staan, het bezoekmotief vervaagt en negatieve effecten waarschijnlijk zijn.

### Verspreide of solitaire bewinkeling beperken

Met verspreide of solitaire bewinkeling worden winkels bedoeld die buiten een winkelconcentratiegebied liggen, al dan niet perifeer. Dus winkels buiten een concentratiegebied met minimaal 5 winkels (conform de definitie van Locatus). Net als alle andere vormen van detailhandel is ook voor volumineuze detailhandel concentratie uitgangspunt. In uitzonderlijke gevallen is ook solitaire vestiging denkbaar, bijvoorbeeld in het geval van zeer

grootschalige bouwmarkten of tuincentra. Ook voor bepaalde winkels met volumineuze artikelen in een specifieke niches die sterk doelgericht bezocht worden, zoals haarden, kachels en zwembaden is solitaire vestiging op bijvoorbeeld een bedrijventerrein denkbaar. Uitgangspunt van deze uitzondering is enerzijds de volumineuze aard van het assortiment en anderzijds de beperkt meerwaarde voor de centra.

### Maatwerk voor grootschalige bruin- en witgoed, dibevo en rijwielen

Bruin- en witgoed en dibevo-zaken<sup>3</sup> hebben vaak ook relatief veel volumineus assortiment. Deze type winkels worden bovendien vaak doelgericht bezocht en passen binnen het thema 'in/om het huis'. De aard van het assortiment, het profiel en het koopmotief is daardoor vergelijkbaar met winkels in de klassieke volumineuze branches. Deze winkels hebben daardoor ook een meerwaarde op de grotere perifere concentraties, zoals Meubelboulevard Ekkersrijt en de Engelseweg en omgeving. Om die reden staat de regio niet negatief tegenover nieuwvestiging van deze type winkels op Meubelboulevard Ekkersrijt en Engelseweg en omgeving. Op kleinere perifere concentraties zijn deze winkels minder wenselijk, omdat dit te veel overlap heeft met de verzorgingsgebieden van de hoofdcentra.

Fietsen- en brommers zijn juridisch geen volumineuze artikelen. Toch staat het SGE niet negatief tegenover vestiging van rijwielconcepten op perifere concentraties of bij trafficlocaties. Vanuit mobiliteit, verdichting, CO<sub>2</sub>-neutraal en gezondheid stimuleert het SGE fietsgebruik. Nieuwe rijwielconcepten in combinatie met onderhoud en dienstverlening (bijvoorbeeld deelmobiliteit) die inspelen op deze flankerende beleidsambities zijn daardoor wenselijk. Vestiging van rijwielconcepten binnen perifere concentraties of bij trafficlocaties kan een bijdrage leveren aan deze flankerende doelen, mits de locatie een bepaalde synergie heeft met de omgeving (mobiliteit, andere voorzieningen, etc.). Traditionele (kleinschalige) fietswinkels op bedrijventerreinen zijn niet toegestaan en wenselijk.

<sup>2</sup> Voor Helmond passen tuinartikelenzaken/tuincentra niet in brancheprofiel perifere detailhandel Engelseweg en omgeving, afgezien van assortiment bouwmarkten.

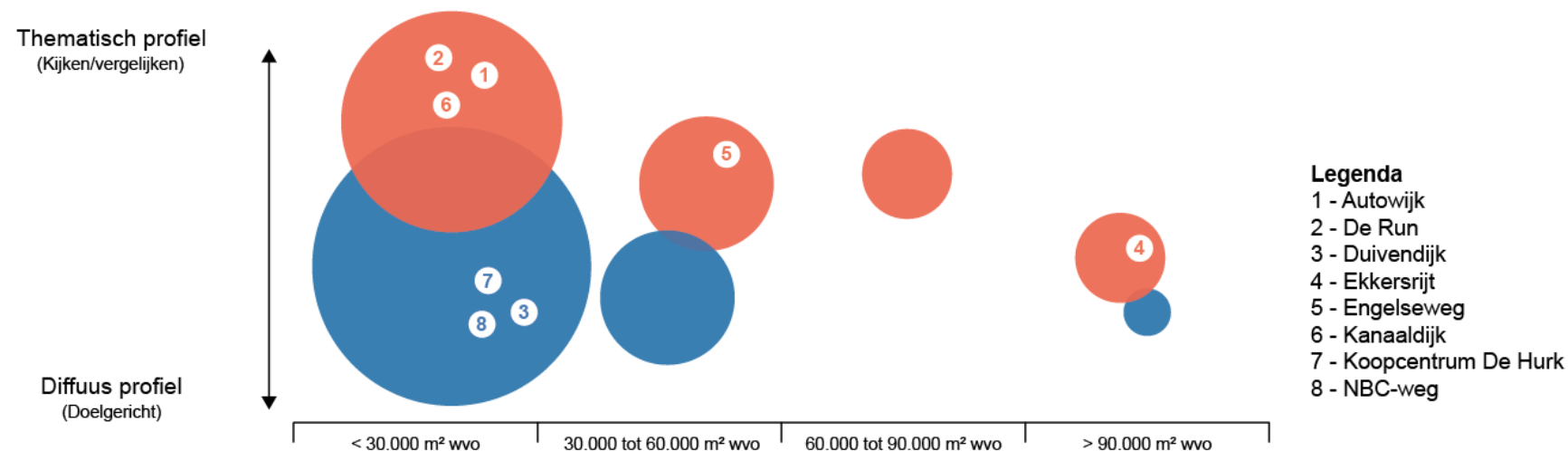
<sup>3</sup> Dibevo is een afkorting voor winkels op het gebied van dierenbenodigdheden en -voeders.

Voor bruin- en witgoed, dibevo en rijwielen in de periferie gelden wel aanvullende voorwaarden om complementariteit te borgen.

- Vestigingen worden op basis van maatwerk vergund (niet generiek)
- Er dient sprake te zijn van grootschaligheid (minimaal 1.000 m<sup>2</sup> wvo)
- Solitaire vestigingen zonder ruimtelijke synergie zijn niet toegestaan

#### Typen perifere concentraties in Nederland en het SGE (huidig)

- In figuur 10 is een schematisch overzicht weergegeven van de verschillende typen perifere concentraties in Nederland. Hierin maken we onderscheid tussen enerzijds de omvang van de locatie (in winkelruimte) en de samenstelling van de branchering. Hoe groter de bol, hoe meer locaties en meters in Nederland voorkomen. Rode bollen zijn meer thematisch in branchering, blauw meer diffuus.
- Van oudsher wordt in Nederland, en in het SGE, ingezet op thematische perifere clusters, zoals een woon- of meubelboulevard of een autoboulevard. Hier is sprake van een duidelijk profiel, een uniforme branchering en zijn combinatiebezoeken groot (kijken en vergelijken).
- Het laatste decennium zijn veel klassieke themaboulevards verkleurd naar meer gemende perifere concentraties (branchevervaging). Dit is vanwege de concurrentie met binnensteden en andere reguliere centra vaak niet wenselijk. Bovendien ontstaat een diffuus profiel in de branchering, waardoor combinatiebezoeken beperkt zijn en de meerwaarde voor concentratie afneemt.
- Meubelboulevard Ekkersrijt (Son) staat bovenaan de perifere winkelhiërarchie in het SGE, met een omvang van circa 60 publieksfuncties en bijna 120.000 m<sup>2</sup> wvo. Ekkersrijt staat daarmee in de top 3 van Nederlandse perifere concentraties. De concentratie is conform het regionale beleid uit 2015 in omvang gegroeid en in branchering verbreed van monotone 'meubelboulevard' naar themaboulevard op het gebied van 'in/om het huis'.
- Naast Meubelboulevard Ekkersrijt waren conform het regionale beleid uit 2015 nog meer lokale perifere concentraties aangewezen:
  - Engelseweg en omgeving (Helmond)



Figuur 10: Schematische weergave typen perifere concentraties

- Kanaaldijk (Eindhoven)
  - Koopcentrum De Hurk (Eindhoven)
  - Duivendijk (Nuenen)
- In de praktijk zijn er ook nog drie andere locaties die regionaal niet zijn aangemerkt als beleidsmatig concentratiegebied, maar waar wel sprake is (van enige mate) van concentratie van winkelaanbod.
- De Run (Veldhoven)
  - NBC-weg (Best)
  - Autowijk (Eindhoven)
  - Varenschut (Helmond)
- Engelseweg en omgeving (Helmond) is met een omvang van circa 50.000 m<sup>2</sup> wvo een middelgrote woonboulevard met een regionale aantrekkingskracht. Het heeft een duidelijk thematisch profiel gericht op wonen en doe-het-zelf.
  - De Kanaaldijk, Koopcentrum De Hurk en Duivendijk zijn veel kleinere en lokale concentraties. De Kanaaldijk heeft een duidelijk thematisch profiel gericht op wonen en doe-het-zelf, terwijl Koopcentrum De Hurk

een zeer diffuus profiel heeft met grootschalige winkels in diverse niet-volumineuze branches. Duivendijk kent enkele woonwinkels, waaronder één grote trekker (Goossens), maar ook enkele andere niet-volumineuze winkels en voorzieningen, zoals een rijwielzaak, een schoenenzaak en een sportschool.

- De Run in Veldhoven wordt vooral bepaald door de aanwezigheid van Groenen. Daaromheen zijn enkele woonwinkels gevestigd.
- Autowijk is regionaal nooit verankerd als themaboulevard voor auto-showrooms en aanverwante bedrijven, terwijl dit binnen de gemeente Eindhoven al decennia zo is aangeduid. Autowijk is de enige echte grote concentratie in het SGE voor dit soort type detailhandel/bedrijven. In Helmond is Varenschut een concentratie voor autoshowrooms en aanverwante bedrijven.
- De grootschalige detailhandel aan de NCB-weg te Best kent qua branchering geen samenhangend profiel. In het vorige regionale beleid was dit ook niet aangewezen als concentratiegebied, omdat de mate van concentratie beperkt is. De winkels liggen enigszins versnipperd,

met eigen parkeervoorzieningen. Vanwege de aantrekkingskracht en regionale impact is de locatie nu wel aangeduid als concentratie.

#### **Ruimtebehoefte perifere detailhandel blijft groot**

- Uit de kwantitatieve behoefte­raming in de analyse blijkt dat het SGE in algemene zin tot 2030 rekening moet houden met een toenemende ruimtebehoefte voor doelgericht winkelaanbod, in de branches wonen, doe-het-zelf- en tuin. Dit uit zich met name in het feit dat de bestedingen op langere termijn naar verwachting redelijk op peil zullen blijven en met name door forse groei van het draagvlak.
- Marktpartijen signaleren bovenstaande consumentenvraag en zoeken in toenemende mate goed functionerende, bovenregionale locaties, met veel diversiteit, kritische massa en sterke bovenregionale aantrekkingskracht. Dit blijkt zowel uit trends als uit gesprekken met marktpartijen. Het SGE als topregio van Nederland komt al snel in beeld.
- Binnen de doelgerichte sector is binnen specifieke branches op middelgrote en kleinschalige concentraties soms echter sprake van krimp. Dit is bijvoorbeeld zichtbaar bij autoshowrooms en –dealers. Deze zitten momenteel sterk verspreid op bedrijventerreinen in Eindhoven. Door de transitie naar elektrisch en diverse andere trends, neemt de ruimtebehoefte op termijn af en komt ruimte vrij op lokale bedrijventerreinen. Een vergelijkbare trend is zichtbaar in de doe-het-zelfsector, waar kleine of middelgrote bouwmarkten verdwijnen als ze weinig toegevoegde waarde kunnen bieden ten opzichte van grootschalige bouw- en tuinmarkten.
- De krimp van lokale perifere detailhandel (op bedrijventerreinen) wordt vanuit flankerend beleid vaak als positief ervaren. Immers levert het verdwijnen van grote ruimtevragers (zoals perifere detailhandel) weer ruimte op voor bedrijven of woningbouw. Bovendien resulteert het in een daling van de verspreide bewinkeling. Er bestaat echter een risico dat, in het geval sprake is van een brede detailhandelsbestemming, leegstand wordt heringevuld met ongewenste detailhandel op dit soort locaties, zoals supermarkten of andere reguliere detailhandel.

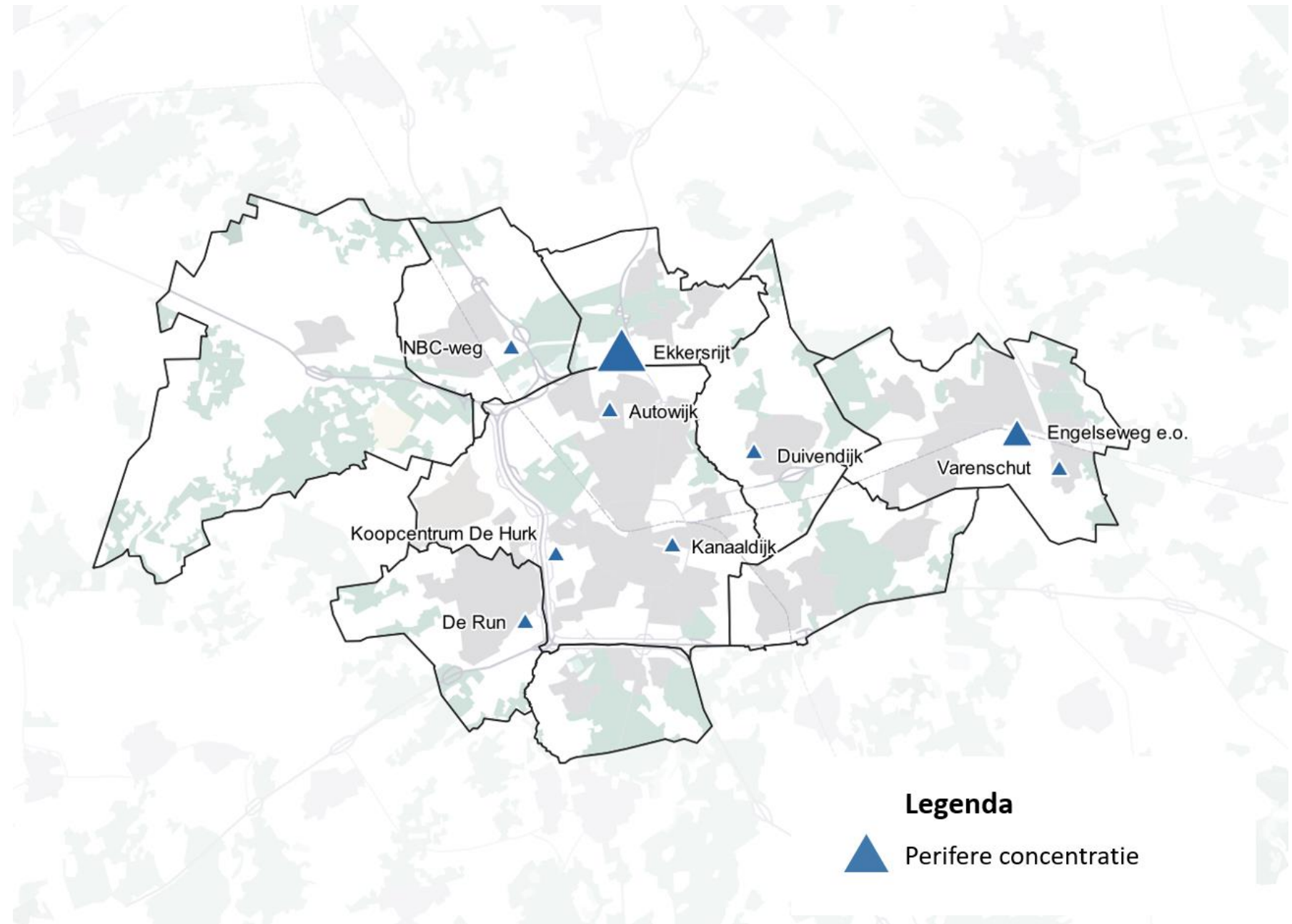
## 6.3 Beleid perifere concentraties

### 6.3.1 Versterken Meubelboulevard Ekkersrijt

**Beleidsdoel: Meubelboulevard Ekkersrijt dient kwantitatief en kwalitatief versterkt te worden**

Grote nieuwe perifere ketens worden idealiter gefaciliteerd op Meubelboulevard Ekkersrijt. Dit is enerzijds een opgave voor de gemeente Son & Breugel om blijvend ruimte te faciliteren op Meubelboulevard Ekkersrijt (uitbreiding). Anderzijds is het een uitdaging voor andere gemeenten in het SGE om in gesprekken met grote perifere retailers aan te sturen op Meubelboulevard Ekkersrijt, in plaats van te kiezen voor uitbreiding van de eigen 'lokale' perifere clusters of faciliteren op solitaire locaties.

- In het verlengde van de consumentenbehoefte en vestigingsvoorkeuren van perifere retailers neemt het toekomstperspectief en het belang van de concentratie Meubelboulevard Ekkersrijt alleen maar toe. De grote retailketens willen zich graag op Meubelboulevard Ekkersrijt vestigen en ook de consument is blijvend sterk georiënteerd op Meubelboulevard Ekkersrijt.
- Aangezien er momenteel nauwelijks leegstand is op Meubelboulevard Ekkersrijt is er geen ruimte om de toenemende ruimtevraag op te vangen. Om de toenemende ruimtebehoefte te kunnen faciliteren ligt er een opgave om Meubelboulevard Ekkersrijt zowel kwantitatief als kwalitatief te versterken.
  - **Kwantitatief:** Gekoppeld aan het huidige winkelconcentratiegebied dient ruimte gezocht te worden om nieuwe winkelmeters te kunnen faciliteren. Uitbreiding is geen doel op zich, maar een middel om meer keuzemogelijkheden en diversiteit te realiseren op Meubelboulevard Ekkersrijt. Voorwaarde voor uitbreiding is het verbeteren van de verkeersontsluiting en algehele doorstroming van Ekkersrijt. Dit vraagt lokale uitwerking.



Figuur 11: Regionale detailhandelsstructuur perifere concentraties

- **Kwalitatief:** Een verdere verbreding van Meubelboulevard Ekkersrijt is wenselijk. Niet een verbreding naar reguliere branches, zoals sport, speelgoed, kleding of supermarkten, maar een verbreding naar woongerelateerde dienstverlening/ambachten/bedrijvigheid. Denk aan specialistische maakbedrijven die deels verkopen deels produceren. Het 'oude' deel van de boulevard tegenover het Meubelplein biedt mogelijk kansen. Ook dit vraagt lokale uitwerking.
- Opgave is om het huidige duidelijke profiel van Meubelboulevard Ekkersrijt (In/om huis) vast te houden. Daarmee is de complementariteit met de reguliere centra, zoals de binnensteden van Eindhoven en Helmond, geborgd.
- De keuze voor versterking van Meubelboulevard Ekkersrijt betekent dat in andere gemeenten in het SGE beperkte mogelijkheden zijn voor uitbreiding van het perifere winkelaanbod op perifere concentraties. Hooguit voor lokaal verzorgende perifere winkels. Binnen de regionale afstemming en samenwerking dienen grootschalige perifere initiatieven zoveel mogelijk gestuurd te worden richting Ekkersrijt.

### 6.3.2 Consolideren perifere concentraties elders

#### Beleidsdoel: Consolideren perifere concentraties elders

Mede door de keuze om Meubelboulevard Ekkersrijt te laten door-groeien, dienen de mogelijkheden voor perifere detailhandel in andere gemeenten van het SGE beperkt te blijven. Uiteraard blijft er ook lokaal ruimte voor nieuwe perifere detailhandel, maar vooral binnen de bestaande contouren van de perifere concentraties. Dit betekent consolideren van de bestaande perifere concentraties en binnen deze concentraties waar mogelijk kansen benutten voor intensiveren ruimtegebied en waar relevant het terugbrengen van de branchering naar volumineuze detailhandel, zodat ongewenste brancheverbreding zich in de toekomst niet verder kan voordoen en de complementariteit met de reguliere centra geborgd wordt.

#### Eindhoven

- Een groot deel van de omzet op Meubelboulevard Ekkersrijt wordt bepaald door inwoners uit Eindhoven (30%). Eindhoven heeft beleidsmatig lokaal drie concentraties voor perifere detailhandel aangewezen, namelijk de Kanaaldijk (Aan De Kade), Koopcentrum De Hurk en de Bisschop Bekkerslaan.
- Ook in Eindhoven is en blijft in de toekomst behoefte aan lokale perifere detailhandel, zoals bouwmarkten, doe-het-zelfspecialzaken en lokale woonwinkels. De gemeente Eindhoven krijgt de ruimte om dit te faciliteren binnen concentratiegebieden. De Kanaaldijk en de Bisschop Bekkerslaan blijven voor Eindhoven de belangrijkste concentratiegebieden. Ook Autowijk is belangrijk als themaboulevard voor specifiek autoshowrooms en aanverwante detailhandel en bedrijvigheid.
- Koopsentrum De Hurk is momenteel een concentratie met een zeer diffuus profiel en bovendien gemeentegrens overstijgende effecten (op Veldhoven). Wel is de ligging en het verzorgingsgebied belangrijk voor de lokale perifere structuur en consumentenverzorging, gericht op Strijp, Meerhoven en Veldhoven. Ook zijn in dit gebied de komende jaren nog veel woningbouwplannen voorzien, wat leidt tot extra lokale behoefte aan bijvoorbeeld doe-het-zelf- en woonartikelen. Om die reden blijft Koopcentrum De Hurk een beleidsmatige status houden als concentratie voor meer lokale PDV.
- In lijn met het detailhandelsbeleid van de gemeente Eindhoven is de keuze gemaakt het huidige diffuse profiel van Koopcentrum De Hurk af te bouwen en het aanbod terug te brengen naar een klassieke PDV-locatie gericht op doe-het-zelf, wonen en tuin (volumineus). In het uitvoeringshoofdstuk zijn hiervoor concrete acties voorgesteld.

#### Veldhoven

- Inwoners in Veldhoven hebben zowel regionale als lokale keuzemogelijkheden met Meubelboulevard Ekkersrijt en Koopcentrum De Hurk. Met name voor inwoners in het zuidelijk deel van Veldhoven blijft behoefte ontstaan voor lokale PDV. Deze behoefte is momenteel voor-

zien op de concentratie op De Run. Ook in de toekomst blijft het behoud van het bestaande aanbod of de bestaande samenstelling wenselijk.

- Een verdere uitbreiding van De Run is niet voorzien en niet wenselijk. Wel zijn er eventueel kwalitatieve mogelijkheden voor optimalisatie van de huidige concentratie, bijvoorbeeld om het perspectief van de bestaande winkels te versterken. Ook behoort intensivering binnen de bestaande contour van de concentratie tot de mogelijkheden.

#### Helmond

- Inwoners in Helmond zijn in vergelijking met inwoners in Eindhoven veel minder op Meubelboulevard Ekkersrijt georiënteerd. Dit heeft enerzijds te maken met de grotere afstand en anderzijds met de eigen concentratie Engelseweg en omgeving. De Engelseweg en omgeving blijft daardoor in de toekomst, gezien vanuit de regionale spreiding van locaties, een belangrijke regionale perifere concentratie voor Helmond en omgeving.
- Het profiel van de Engelseweg en omgeving blijft gericht op het thema 'in/om huis'. Dit betekent uitsluitend volumineuze detailhandel en geen andere vormen van grootschalige detailhandel in reguliere branches. Een verdere brancheverbreding is niet wenselijk. Dit zou in potentie te veel overlap in profiel kunnen veroorzaken met het centrum van Helmond.
- Wel zijn er, vergelijkbaar met De Run in Veldhoven, kwalitatieve mogelijkheden om de bestaande concentratie te optimaliseren. Bijvoorbeeld door het gebied meer in te richten als één samenhangende winkelboulevard met een eenduidig profiel en de verblijfskwaliteit te versterken. Eventuele inbreiding of verdichting om te komen tot efficiënt ruimtegebruik is ook denkbaar. Eventuele uitbreiding van winkelruimte binnen de bestaande contour is dan goed uit te leggen vanuit kwalitatieve overwegingen.
- De autoboulevard Varenschut blijft een concentratiegebied voor autoshowrooms en aanverwante bedrijven. Een verdere verbreding naar

reguliere of andere perifere detailhandel is niet gewenst. Voor reguliere detailhandel is het centrum van Helmond de primaire locatie. Voor andere perifere detailhandel de Engelseweg en omgeving.

#### Nuenen

- Duivendijk is voor inwoners in Nuenen en omgeving in de basis een lokale perifere concentratie, maar door de aanwezigheid van een grote woonwinkel worden ook bestedingen uit met name het noordwestelijke deel van Eindhoven aangetrokken. Daar profiteren andere (woon)winkels in de omgeving ook van.
- Een verdere uitbreiding van Duivendijk is niet voorzien en niet wenselijk. Wel zijn er eventueel kwalitatieve mogelijkheden voor optimalisatie van de huidige concentratie, bijvoorbeeld om het perspectief van de bestaande winkels te versterken. Ook behoort intensivering binnen de bestaande contour van de concentratie tot de mogelijkheden. Aandachtspunt is het behoud van het profiel in/om het huis gericht op volumineuze artikelen. Verdere branchevervaging is niet wenselijk.

#### Best

- De grootschalige winkels aan de NBC-weg zijn door de jaren heen ontstaan, zonder dat hier regionaal in voorzien was. Er is hierdoor min of meer een concentratie ontstaan. De NBC-weg is daardoor een (beleidsmatig nieuwe) opvanglocatie voor meer lokale detailhandel in volumineuze artikelen. Dit stelt ook de gemeente Best in de gelegenheid om lokale perifere detailhandel om te vangen.
- Aangezien op geen enkele andere perifere concentratie in het SGE beleidsmatig wordt ingezet op nieuwe grootschalige niet-volumineuze detailhandel, met uitzondering van enkele nuances, is een verdere uitbreiding of brancheverbreiding van deze locatie niet wenselijk. Dit zou bezien vanuit het regionale beleid niet coherent en systematisch zijn.
- De bestaande niet-volumineuze winkels hebben echter rechten die niet zomaar worden ingetrokken. Er hoeven geen bestaande winkels weg. Wel ligt voor de NBC-weg, vergelijkbaar met Koopcentrum De

Hurk in Eindhoven, een opgave om op termijn de juridische situatie terug te brengen naar de klassieke PDV-branches ten aanzien van volumineuze artikelen. In het uitvoeringshoofdstuk zijn hiervoor concrete acties voorgesteld.

#### Overige SGE-gemeenten

- In de overige SGE-gemeenten zijn geen regionaal relevante concentratiegebieden aangewezen. Dit betekent niet dat er per definitie geen mogelijkheden zijn voor lokale PDV in kleine lokale perifere concentraties of op verspreide en solitaire locaties. Hiervoor wordt verwezen naar de volgende paragraaf.

### 6.4 Beleid verspreide bewinkeling

#### Beleidsdoel: Saneren plancapaciteit buiten concentraties

Buiten perifere concentraties is in veel gemeenten sprake van onbenutte, verborgen en/of ongewenste harde plancapaciteit voor detailhandel. De regio en gemeenten gaan zich inzetten om de 'oepsjes' buiten concentratiegebieden juridisch te saneren op basis van voorzienbaarheid om planschade (nadeelcompensatie) te voorkomen. Saneren van deze verspreide (onbenutte en/of verborgen) detailhandel biedt kansen voor transformatie naar bedrijvigheid en woningbouw. Bovendien wordt zeer terughoudend omgegaan met faciliteren van nieuwe initiatieven buiten winkelconcentratiegebieden.

#### Verspreide en solitaire bewinkeling

- Detailhandel buiten concentratiegebieden is beleidsmatig in principe niet wenselijk, tenzij het gaat om specifieke situaties of maatwerk zoals eerder genoemd. In feite kan gesproken worden over feitelijk aanwezige verspreide en solitaire bewinkeling en juridische onbenutte, verborgen en/of ongewenste plancapaciteit.

- Wat betreft de feitelijk aanwezige winkels buiten concentratiegebieden is het beleid zeer terughoudend in het faciliteren van nieuwe initiatieven (zie eerder). Aanvullend dient aandacht te blijven voor het bieden van een aantrekkelijk vestigingsklimaat in de winkelconcentratiegebieden voor nieuwe winkels en eventuele verplaatsters. Ondernemers op ongewenste plekken kunnen verleid worden te verplaatsen naar geschikte plekken in concentraties.
- Wat betreft de onbenutte, verborgen en/of ongewenste plancapaciteit zet de regio zich samen met de provincie en gemeenten in om dit terug te dringen. Dit betekent juridisch saneren van ongewenste en onbenutte plancapaciteit voor detailhandel buiten concentratiegebieden, nadat een goede analyse is uitgevoerd waar deze locaties zich bevinden, het creëren van voorzienbaarheid om planschade (nadeelcompensatie) te voorkomen en prioritering in locaties om de echte 'oepsjes' weg te nemen en schaarse (ambtelijke)capaciteit effectief in te zetten. In het uitvoeringshoofdstuk is dit nader uitgewerkt.

### 6.5 Beleid overige vormen (perifere) detailhandel

#### 6.5.1 Blurring gewenst binnen concentratiegebieden

#### Beleidsdoel: Meer diversiteit en uniciteit binnen centra

Met name in reguliere centra, zoals de binnensteden, dorpskernen en grotere wijkcentra draagt blurring positief bij aan de consumentenbeleving en het ondernemerschap. Dit dient gefaciliteerd te worden binnen de geldende wetgevende kaders. Binnen perifere concentraties kan blurring eveneens wenselijk zijn, mits passend binnen het profiel in/om het huis. Voor solitaire winkels wordt terughoudend omgegaan met blurring.

- Met blurring bedoelen we vermenging van functies en activiteiten, met name tussen horeca en detailhandel. Denk aan de woonwinkel met



een lunchroom of de kapper die ook een biertje schenkt. Dit neemt steeds meer toe. Ondernemers zoeken naar nieuwe bedrijfsmodellen en de consument wil verrast worden.

- Waar sprake is van een breed functieprofiel, zoals in binnensteden en dorpscentra, is blurring gewenst. Immers is vaak al sprake van brede bestemmingingen en is diversiteit juist een kwaliteit. Buiten de (reguliere) concentratiegebieden gelden vaak strenge voorwaarden voor detailhandels- en horecavestigingen. Binnen perifere concentraties is blurring toegestaan, zolang dit past binnen het profiel van de concentratie (in/om het huis). Op solitaire locaties is blurring onder voorwaarden toegestaan en op maat te beoordelen. Er zijn hooguit uitzonderingen voor bijvoorbeeld grootschalige tuincentra die ook ondergeschikte horeca hebben.

### 6.5.2 Branchevervaging toegestaan binnen concentratiegebieden

#### Beleidsdoel: Branchevervaging accepteren binnen profiel

Winkelconcepten zijn steeds minder goed in een branchehokje te plaatsen. Zolang branchevervaging plaatsvindt binnen het profiel van een concentratiegebied, is dit prima. Dit bevordert immers ook het ondernemerschap. Branchevervaging buiten het profiel van het concentratiegebied of op solitaire of verspreide locaties is niet toegestaan.

- Branchevervaging is de vermenging van branches binnen de detailhandel, zoals bouwmarkten die meubels verkopen, of supermarkten die ook non-food verkopen. Zolang branchevervaging plaatsvindt binnen het profiel van het centrumgebied en aansluit bij de branchering is het prima. Ondernemers moeten een bepaalde mate van vrijheid hebben om te kunnen ondernemen. Bovendien is een te krappe branchering bezien vanuit de Dienstenrichtlijn niet te onderbouwen.
- Het SGE is echter kritisch op branchevervaging buiten de reguliere concentraties, zeker op solitaire en verspreide winkellocaties. Binnen

de perifere concentraties is branchevervaging in bepaalde mate toegestaan, mits het assortiment aansluit binnen het thema 'in/om huis'. Buiten de concentraties is branchevervaging niet toegestaan.

### 6.5.3 Boerderij- en landwinkels onder voorwaarden mogelijk

#### Beleidsdoel: leefbaarheid kleine kernen op peil houden

In sommige meer landelijke gebieden van het SGE kunnen kleinschalige concepten gericht op lokale streek- en seizoensproducten een bijdrage leveren aan enerzijds de leefbaarheid en consumentenverzorging en anderzijds het ondernemerschap. Het SGE staat hier positief tegenover, mits dit ondergeschikt en kleinschalig is.

- In het landelijk gebied van het SGE zijn diverse boerenbedrijven en ondernemers actief te als ondergeschikte activiteit levensmiddelen verkopen. In het kader van een toekomstbestendige en duurzame landbouw is ondergeschikte detailhandel een middel voor ondernemers om inkomsten te genereren. Tevens biedt het met name consumenten in het landelijk gebied de kans op dichtbij huis levensmiddelen te kopen.
- Boerderij- en/of landwinkels die gericht zijn op verkoop van lokale en/of streekproducten zijn toegestaan, mits de schaal beperkt en ondergeschikt is aan de hoofdactiviteit. Nieuwe solitaire en zelfstandige levensmiddelenzaken of supermarkten zijn niet toegestaan in het landelijk gebied.

### 6.5.4 Detailhandel op trafficlocaties

#### Beleidsdoel: faciliteren in gemak/efficiëntie voor de consument

Detailhandel op trafficlocaties voorziet in gemak en efficiëntie voor de consument. Onder strenge voorwaarden kan dit gefaciliteerd worden.

- Met trafficlocaties bedoelen we locaties waar verschillende mobiliteitsstromen samenkomen met een goed bereikbaarheidsprofiel. Denk aan een (tank)station, ziekenhuis, mobiliteitshub of campus. Deze locaties kunnen inspelen op de behoefte van de consument door bijvoorbeeld een kleine levensmiddelenwinkel bij een tankstation of werk-/kennis-campus. In dit kader is een kleinschalig concept met een verzorgingsfunctie gericht op bezoekers aan de trafficlocatie passend. Een ander voorbeeld is een rijwielzaak bij een mobiliteitshub in het kader van eerder genoemde flankerende mobiliteitsdoelen.
- Detailhandelsactiviteiten bij trafficlocaties worden toegestaan binnen een beperkte omvang en assortiment gericht op de doelgroep. Indicatief en richtinggevend kan worden uitgegaan van winkels tot circa 250 m<sup>2</sup> wvo.

### 6.5.5 Detailhandel als ondergeschikte activiteit bij bedrijven

#### Beleidsdoel: faciliteren van maatwerk voor gemengde concepten

Bedrijven met ondergeschikte detailhandel kunnen een bijdrage leveren aan het ondernemerschap en de consumentenverzorging. Waar sprake is van detailhandel dient dit primair gefaciliteerd te worden in winkelgebieden, maar er zijn maatwerksituaties denkbaar.

- Uitgangspunt van deze visie is dat nieuwe detailhandelsbestemmingen buiten concentratiegebieden niet zijn toegestaan. Slechts in enkele gevallen wordt ondergeschikte detailhandel als activiteit binnen een bedrijfsbestemming toegestaan (zie navolgend).
- In de praktijk zijn er diverse soorten bedrijven met een winkelcomponent die conform het huidige beleid niet zijn toegestaan in de periferie (op de PDV-concentraties en/of bedrijventerreinen), maar die eigenlijk vanwege bijvoorbeeld het bezoekmotief en de aard van het bedrijfsconcept hier wel passen. Voorbeelden zijn kringloopbedrijven, bruidsmodezaken, zadelmakerijen, bedrijven in kachels/haarden, bedrijven in tuinhuisjes, bedrijven in sauna's/zwembaden, etc. Voor dit soort

concepten moet in specifieke gevallen maatwerk geleverd kunnen worden. In principe worden ze in de reguliere centra gefaciliteerd, maar met behulp van de volgende afwegingscriteria kunnen ze eventueel ook een plek krijgen in de periferie of op een bedrijventerrein.

#### **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 (juridisch) 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.*

## 7 Regionale samenwerking

In dit hoofdstuk zijn de afsprakenkaders opgenomen hoe gemeenten in het SGE met elkaar wensen samen te werken. Het gaat onder meer over de wijze van regionaal afstemming van nieuwe detailhandelsinitiatieven, de rol van de RACD en het doel van regionale overleggen.



## 7.1 Inleiding

Het SGE kenmerkt zich door veel gemeentegrens overstijgende koopstromen. Dit komt door de complementariteit tussen centra, maar ook door de relatief korte reisafstanden tussen de woonplaatsen en stedelijke verwevenheid. Hoewel detailhandelsontwikkelingen en –initiatieven vaak lokaal worden afgewogen, hebben gemeenten een verantwoordelijkheid naar de buurgemeenten en regio. Grotere detailhandelsontwikkelingen of initiatieven nabij de gemeentegrens hebben in het SGE al snel effecten op andere gemeenten. Intensieve regionale samenwerking met heldere afspraken is noodzakelijk om negatieve gemeentegrens overstijgende effecten te voorkomen.

## 7.2 Uitbouwen rol Regionale Adviescommissie

### **Beleidsdoel: Van toetsingscommissie naar adviseur en partner**

De RACD zal de komende jaren een actievere rol spelen in het SGE. Handhaven als toetsingscommissie, uitbouwen van de rol als onafhankelijke adviseur en partner van de regio. De RACD krijgt het mandaat het regionale debat tussen gemeenten te bemiddelen, te zoeken naar oplossingen en kennis en ervaring uit te wisselen.

In het SGE functioneert sinds 2015 de Regionale Adviescommissie Detailhandel (RACD). De RACD heeft de regio met name ondersteund bij het toetsen van nieuwe detailhandelsinitiatieven. De RACD is daarmee de onafhankelijke bewaker en toetsers van dit regionale beleid en brengt gevraagd en ongevraagd advies uit aan gemeenten. Ook voor de komende jaren blijft de RACD deze belangrijke rol vervullen in de regio.

### **Samenstelling RACD**

De huidige samenstelling van de RACD blijft ook de komende jaren uitgangspunt. Deze is gebaseerd op een vertegenwoordiging uit de regiogemeenten, het bedrijfsleven en kennisinstellingen. De zogenaamde ‘triple helix’. Wat betreft de vertegenwoordiging vanuit gemeenten blijft het uitgangspunt dat niet alle gemeenten deelnemen, maar maximaal drie. Met als uitgangspunt een goede mix naar omvang en stedelijkheidsgraad. Ook de afstemming met de grotere regio (MRE) van belang. De provincie Noord-Brabant is ook onderdeel van de RACD. De provincie heeft echter ook een eigen provinciale adviescommissie.

### **Regionale afstemming en advies**

De huidige rol van de RACD focust zich primair op de regionale afstemming en het geven van advies over detailhandelsontwikkelingen en -initiatieven. Dit blijft gehandhaafd. Hoe de regionale afstemming precies werkt en wat de rol is van gemeenten en de RACD is in de volgende paragraaf uitgewerkt. Aanvullend heeft de RACD ook een onafhankelijke bemiddelingsrol in het geval twee of meerdere gemeenten het oneens zijn.

### **Beheerder van de uitvoeringsagenda en inspirator**

Een nieuwe rol van de RACD voor de komende jaren is de beheerder van de uitvoeringsagenda van de visie. De RACD heeft als taak de genoemde uitvoeringsacties in hoofdstuk 8 actief op de regionale agenda te zetten, gemeenten te helpen met de uitvoering en gemeenten aan te spreken op voorgang en resultaten. Bovendien kan voor specifieke acties, zoals het saneren en analyseren van onbenutte plancapaciteit, de RACD in opdracht van gemeenten een coördinerende en/of uitvoerende rol vervullen. Eventueel met hulp van een extern bureau. Dit kan bijvoorbeeld door de analyse en prioritering van plancapaciteit uit te voeren voor gemeenten (zie ook voorbeeld Parkstad Limburg) en coördinatie te voeren en kennis te delen voor het daadwerkelijk juridisch saneren van plancapaciteit.

### **Meedenken bij lokale afwegingen en beleid**

De RACD is het meest effectief aan de voorkant. Om die reden is de RACD ook nadrukkelijk betrokken geweest bij de totstandkoming van deze regionale detailhandelsvisie. In de vertaling van het regionale beleid naar lokaal beleid kan de RACD wederom een rol vervullen als onafhankelijke adviseur en kennispartner.

## 7.3 Proces en overlegstructuur

### **Periodiek ambtelijk overleg**

Momenteel vindt periodiek ambtelijk overleg plaats tussen de regiogemeenten. Tijdens deze overleggen gaat het zowel over detailhandel als werklocaties. Momenteel is er vooral aandacht voor de programmering van bedrijventerreinen en is de aandacht voor detailhandel beperkt. Vanuit deze visie is de oproep het thema detailhandel opnieuw nadrukkelijker op de regionale agenda te zetten. Dit kan mogelijk door de agenda per overleg anders in te richten, detailhandel en werklocaties los te koppelen in apart overleg en/of via inbreng/deelname RACD.

### **Periodiek bestuurlijk overleg**

Ook op bestuurlijk niveau vindt periodiek overleg plaats in het POHO. Dit dient gecontinueerd te worden. Voor strategische regionale vraagstukken kan ook het 9-voor-1-overleg een functie dienen. Denk bijvoorbeeld aan de situatie waarin een nieuwe grootschalige winkel zich wil vestigen in het SGE en een geschikte locatie gevonden moet worden.

### **Rol van de provincie Noord-Brabant**

Afstemming met de provincie is met name relevant in het geval de RACD negatief adviseert over een ontwikkeling of er een ontwikkeling plaatsvindt die impact heeft buiten de subregio (op MRE-niveau). De provincie is in dit geval onderdeel van de (sub)regionale afstemming die in deze gevallen nodig is. De provincie is in meerdere regionale overlegstructuren betrok-

ken, namelijk in de RACD en als (gast) lid in het regionaal ambtelijk overleg en het POHO. Deze bestaande overlegstructuren kunnen hiervoor worden gebruikt.

### Afstemming buiten SGE

In uitzonderlijke gevallen kan zich een situatie voordoen waarin afstemming buiten de SGE subregio noodzakelijk is. Als een ontwikkeling een structuur verstorend effect kan hebben op de aangrenzende subregio. Bijvoorbeeld de ontwikkeling van een tuincentrum of supermarkt aan de grens van het SGE. Afstemming is dan verplicht. SGE-gemeenten wijzen initiatiefnemers nu ook al op de noodzaak hiertoe en faciliteren deze waar mogelijk. Praktisch gezien worden dergelijke ontwikkelingen allereerst door de gemeente voorgelegd aan de RACD, die adviseert over het plan. Indien de RACD concludeert dat er sprake is of kan zijn van een structuur verstorende ontwikkeling, dan ontstaat de noodzaak tot afstemming met de andere subregio's / gemeenten, alsmede de provincie. Er zijn een tweetal mogelijkheden:

- RACD adviseert positief op het plan. Er dient vervolgens afstemming plaats te vinden met andere subregio's en de provincie.
- RACD adviseert negatief op het plan. Het plan gaat met het negatieve advies door naar het POHO economie SGE. Indien het POHO het negatieve advies onderschrijft, dan stopt het plan. Als het POHO het advies naast zich neerlegt en toch door wil met het plan, dan dient er afstemming plaats te vinden met de andere subregio's en provincie.

De regionale afstemming wordt georganiseerd door de initieerde gemeente en in samenwerking met kopgroep economie SGE. Gezamenlijk wordt het plan ingebracht bij respectievelijk eerst het ambtelijk en vervolgens het bestuurlijk overleg economie MRE, waarbij provincie voor deze casus wordt uitgenodigd.

## 7.4 Regionale afstemming

### Beleidsdoel: Duidelijke regionale afstemming

De RACD is de spin in het web bij regionale afstemming van detailhandelsontwikkelingen en –initiatieven. Afhankelijk van de omvang en verzorgingsfunctie van het initiatief is regionale afstemming verplicht.

### Wanneer afstemmen?

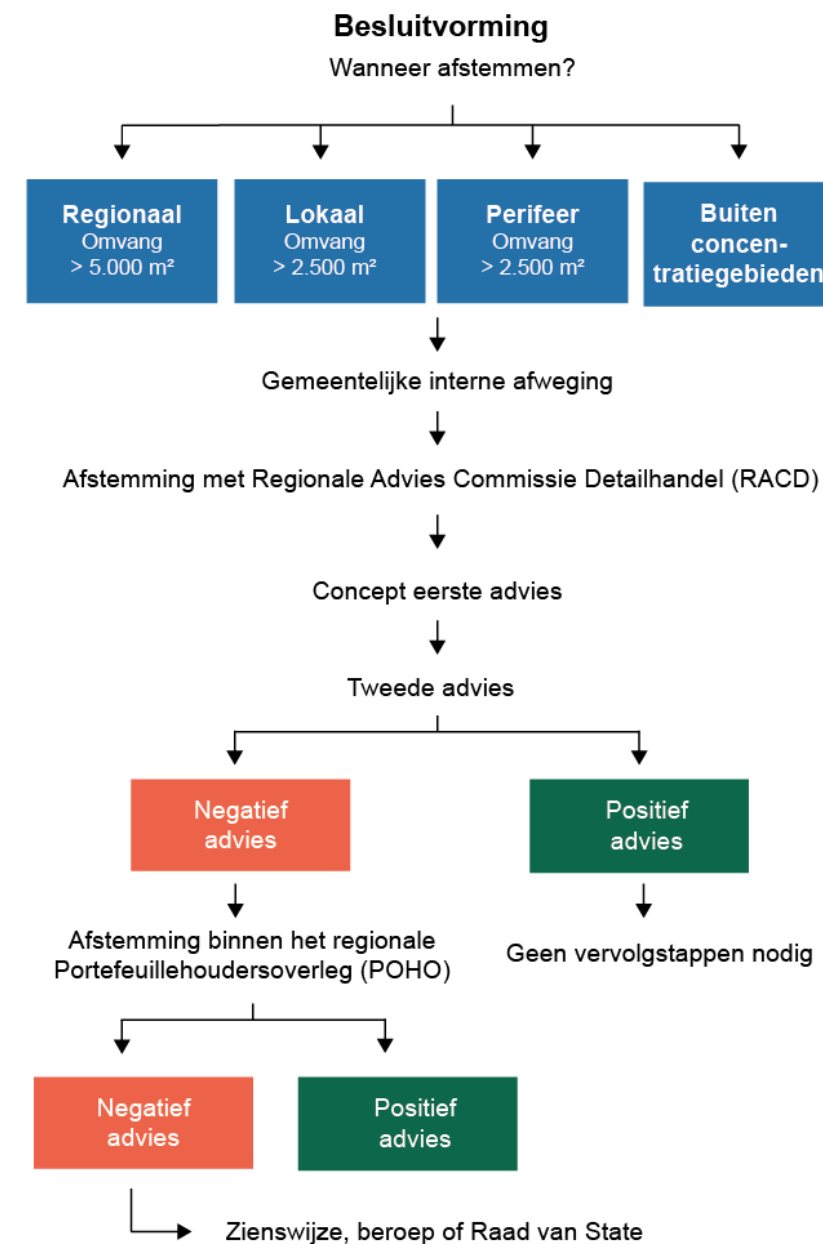
In principe vindt regionale afstemming en toetsing door de RACD plaats bij alle detailhandelsontwikkelingen en –initiatieven die gemeentegrens overstijgende effecten veroorzaken. Aangezien de mate van deze effecten op voorhand lastig te bepalen zijn en er per geval grote verschillen kunnen zijn, is vergelijkbaar met 2015 gekozen om de maatvoering van initiatieven leidend te laten zijn bij de vraag of regionale afstemming vereist is.

- Initiatieven in (boven)regionaal verzorgende centra met een omvang groter dan 5.000 m<sup>2</sup> bvo.
- Initiatieven in lokaal verzorgende centra met een omvang groter dan 2.500 m<sup>2</sup> bvo.
- Initiatieven op perifere concentraties groter dan 2.500 m<sup>2</sup> bvo.
- Initiatieven buiten concentratiegebieden dienen altijd regionaal te worden afgestemd.

Ook als sprake is van een substantiële sanering van detailhandel is afstemming met de regio wenselijk, bijvoorbeeld als het gaat om transformatie van winkelgebieden naar woon-/werkgebieden.

### Stap 1: Gemeentelijke (interne) afweging

Een detailhandelsinitiatief heeft altijd betrekking op een locatie en kenmerkt zich door aard en omvang van het concept. Als het initiatief niet past in het vigerende bestemmingsplan komt het uiteindelijk bij het College terecht van de betreffende gemeente waar het initiatief speelt. Daar wordt het initiatief gewogen en beoordeeld. De gemeente toetst het initiatief aan



Figuur 12: Proces regionale afstemming

het regionale en het lokale detailhandelsbeleid. Ook wordt ander flankerend beleid meegewogen. Met het oog op een eventueel te volgen procedure voor de juridisch-planologische inpassing zal de initiatiefnemer veelal een onderbouwing voorleggen met een eerste verkenning van de mogelijkheden (behoefte- en effectenonderzoek).

Binnen het SGE is afgesproken om nieuwe aanvragen voor detailhandelsvestigingen met een (boven)regionale verzorgingsfunctie altijd te sturen naar de vanuit de regio bezien beste locatie. Dit betekent dat gemeenten een verantwoordelijkheid hebben om bij nieuwe aanvragen van deze aard in een vroege fase contact te leggen met de regio.

#### **Stap 2: Afstemming met RACD**

Als regionale afstemming noodzakelijk is, dan wordt het planinitiatief en het bijbehorende behoefte- en effectenonderzoek in eerste instantie doorgestuurd naar de RACD. De RACD voorziet het initiatief en bijbehorende stukken met een eerste advies. Dit eerste advies is bedoeld om sturing te geven aan het initiatief. De gemeente en initiatiefnemer kunnen dit advies gebruiken om het plan aan te scherpen / te verbeteren. De gemeente en initiatiefnemer zijn daarna verplicht een tweede en definitief advies aan te vragen bij de RACD. Bij de tweede aanvraag dient naast het aangepaste initiatief en stukken ook een aparte memo te worden meegestuurd, met daarin een reactie op de eerdere adviezen van de RACD en in hoeverre deze is verwerkt in het nieuwe plan. Als de RACD een positief (definitief) advies geeft is nadere afstemming niet nodig.

#### **Stap 3: Vervolgstappen bij negatief (definitief) advies**

Indien een negatief definitief advies wordt gegeven door de RACD en de desbetreffende gemeente toch doorgaat met het initiatief, is afstemming binnen het regionale Portefeuillehoudersoverleg (POHO) vereist. Indien uit het eerste tussentijdse advies blijkt dat sprake is van strijdigheid met deze regionale detailhandelsvisie of dat sprake is van een winkelconcept met een (boven)regionale verzorgingsfunctie, dient het initiatief zowel ambtelijk als bestuurlijk op de agenda te komen. Dit laatste om vooral strategisch af

te wegen of de regio dit initiatief überhaupt wenst te faciliteren en zo ja, welke locatie binnen de regio hiervoor het meest geschikt is. Uitgangspunt van deze stap is dat op zowel bestuurlijk als ambtelijk niveau argumenten worden uitgewisseld met als doel te komen tot overeenstemming.

#### **Stap 4: Wat te doen als er geen overeenstemming is?**

Er kunnen situaties zijn waarin na een negatief advies en onderlinge afstemming tussen gemeenten en de RACD toch geen overeenstemming over het initiatief ontstaat. Benadrukt moet worden dat de formele beslissingsbevoegdheid over detailhandelsontwikkelingen altijd bij de individuele gemeenten zelf ligt. De gemeente is immers verantwoordelijk voor het bestemmingsplan/omgevingsplan. In deze fase is het van belang dat iedereen goed op de hoogte is, dus de RACD, de gemeente in het SGE, de MRE-regio en de provincie. Buurgemeenten evenals de provincie kunnen eventueel zienswijzen en beroep inbrengen bij nieuwe plannen. De Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State zal dan uiteindelijk uitspraak doen.

#### **Uitgangspunten voor een beter proces**

De RACD en gemeenten zijn zelf verantwoordelijk voor een goed en zorgvuldig proces. De volgende tips dragen hier aan bij.

- Beoordeel initiatieven genuanceerd. Toets niet alleen op de 'letter' van het beleid, maar ook op de 'geest'.
- Beoordeel een behoefte- en effectenonderzoek niet alleen op de kwantitatieve behoefte, maar kijk naar het totale plaatje.
- Houd rekening met andere strategische belangen, zoals transformatie naar woningbouw en ruimtecreatie op bedrijventerreinen.
- Benader elkaar (en de initiatiefnemer) met respect. Verplaats jezelf in de situatie van de ander. Denk in mogelijkheden en oplossingen.

## 8 Uitvoering

In dit hoofdstuk is per beleidsdoel aangegeven hoe dit wordt gerealiseerd, met welke (gemeentelijke) instrumenten. Ook is aangegeven wat van marktpartijen verwacht wordt. Dit uitvoeringshoofdstuk geeft ook de prioritering aan in de uitvoering.



## 8.1 Saneren plancapaciteit

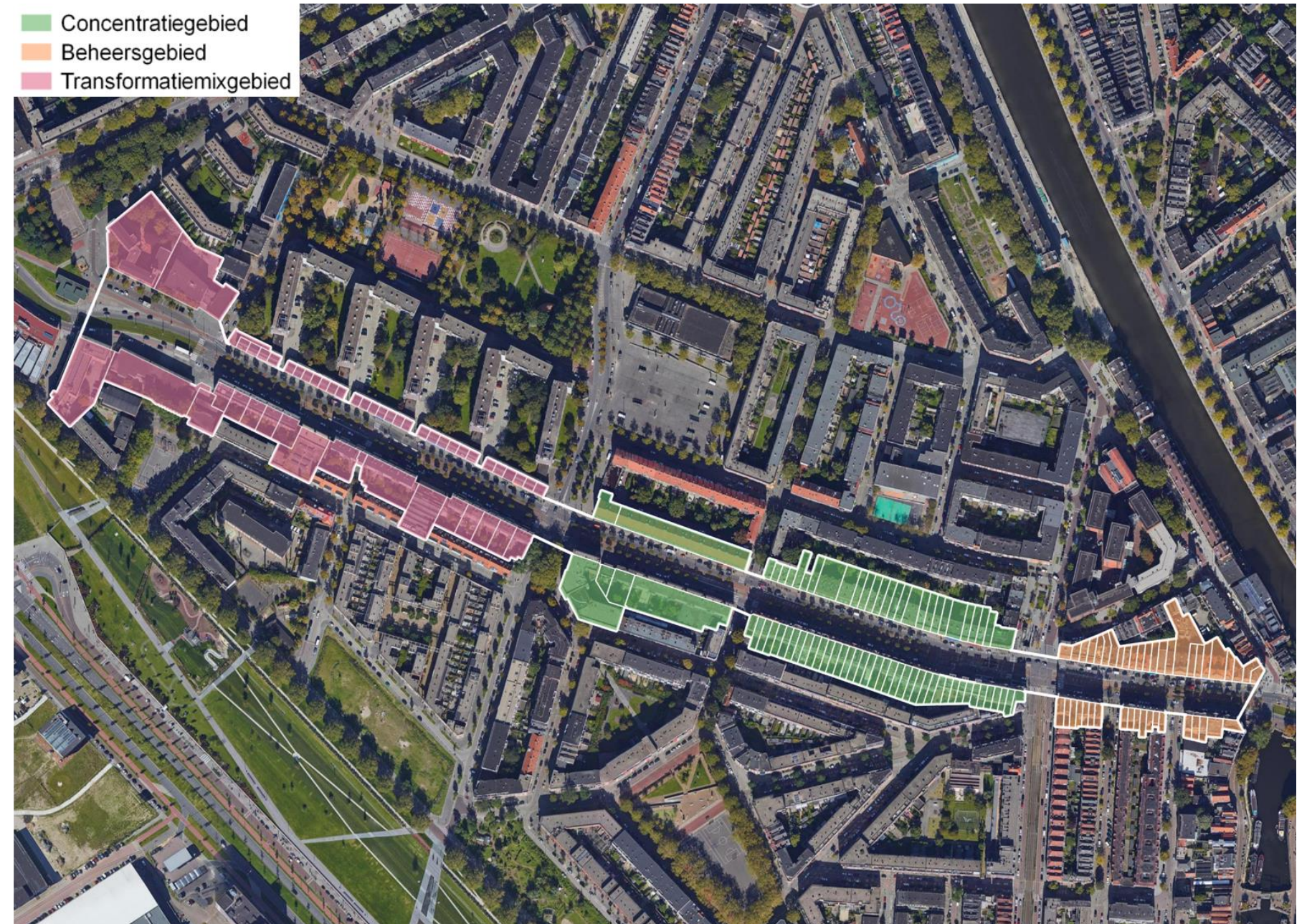
### Actie: saneren plancapaciteit

Gemeenten gaan de komende jaren actief aan de slag om onbenutte en ongewenste plancapaciteit te saneren. Dit betreft ingrijpen in de juridisch-planologische situatie. Om planschade (nadeelcompensatie) te voorkomen is voorzienbaarheid nodig. Opgave is om in lokaal beleid concrete contouren van winkelgebieden vast te leggen.

Er is in de meeste gemeenten sprake van nog relatief veel onbenutte en ongewenste plancapaciteit buiten de reguliere centra. Denk aan de mogelijkheid voor detailhandel op bedrijventerreinen (lijst van bedrijven) en op verspreide locaties aan doorgaande wegen. Dit is vaak negatief, omdat hierdoor 'oepsjes' ontstaan, zoals een supermarkt die op een bedrijventerrein vestigt. Dit kan desastreuze gevolgen hebben voor de lokale en regionale detailhandelsstructuur.

Tijdens de totstandkoming van deze visie bleek met name vanuit centrummanagers en ondernemers veel draagvlak en behoefte te zijn voor het saneren van plancapaciteit. Ook diverse gemeenten hebben aangegeven te zoeken naar een antwoord op situaties waarbij bijvoorbeeld een supermarkt in een leegstaand solitair (winkel)pand kruipt en dit niet tegengehouden kan worden, omdat het bestemmingsplan het toelaat. Met alle mogelijke (regionale) effecten van dien. Tegelijkertijd stelden enkele gemeenten ook kritische kanttekeningen bij deze ambitie, met name vanuit onduidelijkheid over de juridische impact, eventuele planschade en ambtelijke capaciteit. De noodzaak en urgentie werd door iedereen gedeeld.

Om meer duidelijkheid te bieden is hierna beknopt uitgewerkt welke stappen doorlopen kunnen worden om het doel te bereiken. Daarbij kan de



Figuur 13: Voorbeeld afbakening winkelgebieden met daarin ook duidelijkheid over ontwikkelrichting detailhandel (bron: Gebiedskoers Rotterdam)



RACD een rol pakken om in opdracht van de gemeenten dit traject te coördineren en eventueel, als dan niet met hulp van een extern bureau, stap 2 uit te voeren.

### Stap 1: creëren voorzienbaarheid

Om zonder planschade (nadeelcompensatie) te kunnen saneren is voorzienbaarheid noodzakelijk. Voorzienbaarheid moet geborgd zijn in (detailhandels)beleid. Er gelden juridisch drie criteria.

1. Uitspraken ten aanzien van waar wel/geen detailhandel is toegestaan (in de toekomst) moeten voldoende concreet zijn beschreven.
2. Uitspraken ten aanzien van waar wel/geen detailhandel is toegestaan moet kenbaar zijn gemaakt (openbaar én gepubliceerd).
3. De uitspraken moeten duidelijk en begrijpelijk zijn beschreven.

Hoewel deze regionale detailhandelsvisie enige duidelijkheid biedt, is dit onvoldoende om zonder planschade te kunnen saneren. Gemeenten hebben zelf een verantwoordelijkheid om in lokaal beleid voorzienbaarheid te creëren. Daarin dient in elk geval het volgende opgenomen te zijn:

- Concrete afbakening winkelgebieden (zie voorbeeld figuur 13).
- Concrete uitspraken over waar wel en geen (vormen van) detailhandel mogelijk zijn.
- Uitspraken over de ambitie om (bepaalde vormen van) detailhandel te saneren.
- Aangeven locaties waar (bepaalde vormen van) detailhandel op termijn gesaneerd worden.

Voorzienbaarheid geldt zowel voor eigenaren die een pand wensen aan te kopen (actieve risicoaanvaarding) als bestaande eigenaren (passieve risicoaanvaarding). Na circa 1,5 jaar na kenbaar maken van beleid/visie per gemeente/centrum kan detailhandel op basis van jurisprudentie worden gesaneerd zonder planschade (nadeelcompensatie). Eerder is ook mogelijk, maar dan bestaat het risico op planschade. In sommige gevallen is dit toch wenselijk om ongewenste structureffecten te kunnen voorkomen.

In veel gemeenten is al sprake van gemeentelijk detailhandelsbeleid en of ander gemeentelijk beleid waarin voorzienbaarheid gecreëerd is. Geadviseerd wordt dit beleid langs de meetlat van voorzienbaarheid te leggen en juridisch te beoordelen of dit voldoende is. Zo niet, dan dient via een aanvullende oplegmemo alsnog voorzienbaarheid gecreëerd te worden. Voor een effectieve sanering wordt verwezen naar de Handreiking saneren plancapaciteit van de Retailagenda (2019).

### Stap 2: inventarisatie plancapaciteit en prioritering

Veel gemeenten hebben niet exact in beeld waar onbenutte plancapaciteit aanwezig is voor detailhandel. Geadviseerd wordt om dit eerst goed te inventariseren alvorens juridische stappen worden gezet. Gezien de complexiteit van deze analyse is het verstandig dit regionaal aan te pakken. De RACD kan hier zoals eerder aangegeven een coördinerende rol in spelen. Dit ontlast ook ambtelijke capaciteit bij gemeenten.

Uit de analyse komen locaties naar boven waar sprake is van onbenutte en/of verborgen plancapaciteit. Op basis van het regionaal en lokaal beleid kan worden afgewogen welke locaties wel/niet wenselijk zijn. Suggestie is om te prioriteren op basis van meest potentiële negatieve structureffecten, oftewel het risicoprofiel. Voorbeeld: een kavel waar onbenutte plancapaciteit ligt voor detailhandel van 30 m<sup>2</sup> wvo én die momenteel is ingevuld met een andere functie heeft weinig risico op structuurverstoringen. Een autoshowroom op een bedrijventerrein waar juridisch ook de mogelijkheid bestaat voor overige vormen van detailhandel, zoals een supermarkt, heeft wel een hoog risicoprofiel. Daar is ingrijpen veel urgenter.

De Handreiking saneren plancapaciteit van de Retailagenda (2019) bevat inzicht in hoe deze inventarisatie en prioritering kan worden uitgevoerd. Advies is te focussen op een analyse van locaties waar in potentie de grootste risico's liggen, zoals bedrijventerreinen of bestaande perifere winkellocaties. Dit bespaart tijd en geld.

### Stap 3: saneren plancapaciteit

Op basis van de inventarisatie en dit detailhandelsbeleid dienen ongewenste detailhandelslocaties (op termijn) juridisch te worden gesaneerd. Dit traject kan ook gelijklopen met het opstellen van nieuwe omgevingsplannen. Via verschillende juridische instrumenten kan de gemeente het saneren van de plancapaciteit in gang zetten om te voorkomen dat zich in de toekomst nieuwe detailhandel op ongewenste locaties kan vestigen. In algemene zin gelden de volgende uitgangspunten:

- Bestaande feitelijke winkels behouden rechten. Als toch gesaneerd wordt, kan bijvoorbeeld gewerkt worden met een uitsterfregeling.
- Saneren plancapaciteit is een langjarig traject, juist om vastgoedeigenaren voorzienbaarheid te geven en planschade te voorkomen.
- Maatwerk is altijd nodig, evenals zorgvuldige juridische borging.

#### Voorbeeld Parkstad Limburg

Een succesvol regionaal voorbeeld in de aanpak om plancapaciteit te reduceren is Parkstad Limburg (Heerlen e.o.).

- In 2017 is in het regionaal beleid (Structuurvisie Ruimtelijke Economie Zuid-Limburg) voorzienbaarheid gecreëerd door winkelgebieden duidelijk af te bakenen en uitspraken te doen over saneren van winkelruimte buiten de contouren.
- Tussen 2017 en 2020 is de plancapaciteit geanalyseerd en geprioriteerd, met als conclusie dat de meeste ongewenste plancapaciteit op bedrijventerreinen ligt. Doel is saneren van alle vormen van detailhandel op bedrijventerreinen en conserverend bestemmen van feitelijk in gebruik zijnde locaties (uitsterfregeling).
- In 2022 is via een uniforme regeling per gemeente een paraplubestemmingsplan vastgesteld dat detailhandel op bedrijventerreinen niet langer toestaat.
- Het resultaat is dat 'oepsjes' niet langer kunnen ontstaan op bedrijventerreinen en dat de gemeente meer grip krijgt op de ontwikkeling van bedrijventerreinen, ook voor werkfuncties.

## 8.2 Terugbrengen klassiek PDV

### Actie: Terugbrengen klassiek PDV

Voor Koopcentrum De Hurk en de NBC-weg te Best is uitgesproken de branchering terug te brengen naar klassiek PDV. Hiervoor zijn meerdere acties denkbaar.

### Aanpassen bestemmingsplan (omgevingsplan)

- Koopcentrum De Hurk te Eindhoven heeft in feite al een bestemmingsplan waarin de bestaande situatie min of meer bevroren is. Via een wijzigingsbevoegdheid is een uitsterfregeling opgenomen om na 2 jaar leegstand de bestemming in te perken.
- De NBC-weg te Best is verspreid over meerdere bestemmingsplannen, met verschillende regelingen. In grote mate komt de branchering al overeen met klassiek PDV. Alleen de algemene mogelijkheid voor 'sport en spel' wordt regionaal als onwenselijk beschouwd.
- Zowel voor Eindhoven als Best geldt dat met de komst van het omgevingsplan een herziening van de bestaande bestemmingsplannen een kans is. Het zou, ook in het kader van de Dienstenrichtlijn, goed zijn om één duidelijke contour te trekken op het winkelconcentratiegebied en daarbinnen uit te gaan van een eenduidige definitie voor volumieuze detailhandel, conform dit regionaal beleid.
- Bestaande winkels hoeven op basis van het bovenstaande niet te vertrekken. Door de voorgestelde aanpak lokaal goed aan te kondigen en vast te leggen volgens de hiervoor genoemde eisen van voorzienbaarheid, worden vastgoedeigenaren tijdig geïnformeerd en kan juridische sanering plaatsvinden zonder planschade.
- In het geval sprake is van het saneren van een specifieke branche, zoals in het geval van de NBC-weg te Best (sport en spel), maar er is een bestaande winkel aanwezig in deze branches, kan worden gewerkt met een uitsterfregeling. Dit is een regeling die er voor zorgt dat de juridische mogelijkheid vervalt na bijvoorbeeld 2 jaar leegstand.

## 8.3 Sturing geven aan de bezorgeconomie

### Actie: Inperken ongewenste effecten bezorgeconomie

Om onaanvaardbare negatieve effecten op verkeer, kwaliteit en veiligheid te voorkomen wenst het SGE meer grip te krijgen op deze effecten. De regio gaat nader onderzoeken welke juridische maatregelen het best passend zijn, ook afhankelijk per gemeente en gebied.

Er zijn verschillende manieren waarop sturing gegeven kan worden aan de onaanvaardbare effecten van de bezorgeconomie. Afhankelijk van de urgentie en effecten dient bekeken te worden welke maatregelen het meest effectief en wenselijk zijn. Dit kan per gemeente en per gebied verschillen. De volgende instrumenten zijn inzetbaar.

- **Vorbereidingsbesluit:** Met het voorbereidingsbesluit wordt het wijzigen van het planologische gebruik onder een vergunningstelsel gebracht, ongeacht de onderliggende bestemming. Het is op basis van het voorbereidingsbesluit verboden om zonder vergunning het gebruik van gronden en/of bouwwerken te wijzigen naar vormen van bedrijfsvoering die blijkens hun reclame-uiting, presentatie, assortiment of bedrijfsvoering zijn te kwalificeren als zogenaamde bezorgdiensten.
- **Bestemmingsplan:** aanscherpen definities door de activiteit bezorgen los te koppelen van de algemene detailhandels- en horecaderfinitie. Deze activiteit kan per aanduiding opgelegd worden (of beperkt).
- **Omgevingsplan:** loslaten functieaanduidingen 'detailhandel' of 'horeca' en sturen op activiteiten (zoals bezorgen). Hierdoor laat je het 'hokjes denken' los en stuur je puur op de effecten.
- **APV:** reguleren van stalling mobiliteit, bijvoorbeeld de verplichting om fietsen en brommers te stallen op eigen terrein of het opleggen van een maximum aantal in de openbare ruimte. Andere voorbeelden zijn het verbod om een (brom-/snor-) fiets, of een vergelijkbaar vervoermiddel zodanig te parkeren dat daardoor op een voetpad of trottoir de doorgang wordt gehinderd of belemmerd. Andere optie is het verbod

om (brom-/snor-) fietsen zodanig te parkeren dat daardoor de veiligheid of de doorstroming van of het uitzicht voor het verkeer wordt gehinderd.

## 8.4 Handhaving

### Actie: blijven inzetten op handhaving

De gemeenten vinden het belangrijk te handhaven op illegale detailhandelsactiviteiten buiten reguliere centra met een regionale impact. Gemeenten vinden het belangrijk hier mee aan de slag te gaan.

Handhaving en goede mogelijkheden daartoe zijn essentieel om het detailhandelsbeleid en het juridisch kader ook in de praktijk handen en voeten te kunnen geven. Zonder handhaving blijft het beleid een papieren tijger. Om handhaving zo effectief mogelijk in te zetten wordt voorgesteld om prioriteit te leggen bij grootschalige concepten in de periferie. Hier zijn de kansen op onaanvaardbare effecten op de hoofdstructuur immers het grootst. Denk aan solitaire bestaande bedrijven die als nevenactiviteit detailhandel voeren, grootschalige winkels die veel branchevreemd aanbod verkopen buiten het profiel 'in/om huis' of distributiebedrijven die ook detailhandelsactiviteiten voeren.

## 8.5 Ladder voor duurzame verstedelijking

### Actie: blijven toepassen van de Ladder

Voor nieuwe stedelijke ontwikkelingen is het doorlopen van de Ladder voor duurzame verstedelijking verplicht. Regionale afwegingen en beoordelingen van initiatieven dienen in de basis altijd gebaseerd te zijn op de systematiek van de Ladder. Daarbij gaat het om de behoefte en aanvaardbaarheid van de effecten, niet om het beschermen van concurrentieposities en bestaand winkelaanbod.



## 8.6 Dienstenrichtlijn

### Actie: actief toepassen van de Dienstenrichtlijn

Het gedachtegoed van de Dienstenrichtlijn dient meer toegepast te worden in beleid en regelgeving. Kortgezegd komt dit er op neer dat we ondernemerschap meer de ruimte moeten geven en minder ruimtelijke beperkingen moeten opleggen. Beperk alleen als dit vanuit het algemeen belang écht noodzakelijk is. Doe aan ruimtelijk ordenen, niet aan economisch ordenen. Dit laatste is verboden.

### Toelichting Dienstenrichtlijn

Het doel van de Dienstenrichtlijn is dat dienstverleners in de Europese Unie zich onbelemmerd in een andere lidstaat kunnen vestigen of tijdelijk diensten kunnen verrichten. Diensten, binnen de context van de Dienstenrichtlijn, zijn alle functies waar sprake is van een economische activiteit. Het gaat dus om detailhandel, horeca, kantoren, etc. In de praktijk komt de Dienstenrichtlijn met name in beeld als brancherings- en/of maatvoeringsbeperkingen worden of zijn opgenomen in bestemmingsplannen. Denk aan beperkingen tot volumineuze artikelen, minimale of maximale maten en specifieke aanduidingen. Vanuit de Dienstenrichtlijn zijn dergelijke beperkingen niet zomaar toegestaan. Beperkingen moeten (door de overheid) onderbouwd worden aan de volgende drie criteria:

- **Discriminatieverbod:** de eisen maken geen direct of indirect onderscheid naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel;
- **Noodzakelijkheid:** de eisen zijn gerechtvaardigd om een dwingende reden van algemeen belang;
- **Evenredigheid:** de eisen moeten geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken; zij gaan niet verder dan nodig is om dat doel te bereiken en dat doel kan niet met andere, minder beperkende maatregelen worden bereikt. Dit evenredigheid vraagt om een onderbouwing met specifieke gegevens.

In de ruimtelijke ordening is meer aandacht nodig voor de Dienstenrichtlijn. Zowel bestaande als nieuwe bestemmingsplannen (omgevingsplannen) dienen tegen het licht gehouden te worden. Voldoen beperkingen aan de Dienstenrichtlijn? Zijn beperkingen noodzakelijk? Zijn ze coherent en systematisch met andere locaties? Gaan ze niet verder dan nodig? De volgende stappen geven gemeenten in het SGE richting om hier rekening mee te houden.

### Stap 1: inventarisatie beperkingen

Bij een inventarisatie van de plancapaciteit, noodzakelijk voor het saneren van plancapaciteit, komt in beeld waar welke beperkingen aanwezig zijn. Een dergelijke inventarisatie dient daardoor meerdere doelen.

### Stap 2: toets aan de Dienstenrichtlijn

#### Discriminatieverbod

Zijn er in de beperkingen eisen opgenomen die onderscheid maken naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel? Zo niet, dan wordt aan dit punt voldaan. Een korte conclusie volstaat in de onderbouwing.

#### Noodzakelijkheid

Zijn de beperkingen te onderbouwen vanuit een dwingende reden van algemeen belang? Hiermee worden ruimtelijk relevante doelen bedoeld die betrekking op de ruimtelijke (detailhandels)structuur. Het gaat dus nadrukkelijk niet om belangen van individuele bedrijven of concurrentiebescherming. Enkele voorbeelden uit de jurisprudentie van dwingende redenen van algemeen belang zijn:

- voorkomen van leegstand;
- op peil houden van de leefbaarheid;
- behouden van vitale centra;
- behouden van voldoende passanten in centra;
- voorkomen van onevenredige mobiliteit;
- vrijhouden van bedrijventerreinen voor de behoefte aan bedrijven (en dus geen detailhandel).

Een goede koppeling tussen beleid, waarin de algemene doelen zijn geformuleerd, en juridisch-planologische besluiten, zoals het bestemmingsplan en de omgevingsvergunning, is essentieel. Dit vraagt ook meer en betere afstemming tussen EZ en RO.

#### Evenredigheid

#### *Coherent en systematisch*

Zijn de beperkingen coherent en systematisch met het beleid en andere (beleidsmatig) vergelijkbare locaties? Kortom, beschouwen we ondernemers en vastgoedeigenaren op dezelfde manier binnen beleidsmatig vergelijkbare gebieden? Gelijke monniken, gelijke kappen? Het is verstandig de volgende twee sporen te onderzoeken.

- Breng in kaart welke locaties beperkingen bevatten voor detailhandel die niet matchen met het beleid. Is er sprake van maatwerk? Dan dient dit gemotiveerd te zijn op basis van ruimtelijk relevante motieven. Is er sprake van ongewenste detailhandel? Dan kan worden overwogen om deze detailhandel (op termijn) te saneren. Uiteraard met als uitgangspunt een dwingende reden van algemeen belang.
- In de praktijk zijn tussen bestemmingsplannen nog vaak verschillen in definities van bijvoorbeeld 'perifere detailhandel', 'volumineuze detailhandel', 'nevenassortiment' of 'supermarkt'. Dit hoeft geen probleem te zijn, mits dit gemotiveerd kan worden vanuit algemene doelen. Indien geen ruimtelijke onderbouwing gegeven kan worden, wordt geadviseerd incoherente beperkingen en definities aan te passen in het omgevingsplan. Ook via een parapluplan (onder de huidige wet) bestaan mogelijkheden, maar vanwege de inwerkingtreding van de Omgevingswet is dit instrument binnenkort niet meer mogelijk.

Ook hier geldt dat de relatie tussen beleid en bestemmingsplannen en omgevingsvergunningen (omgevingsplan) essentieel is. Beperkte afstemming tussen EZ en RO kan al snel leiden tot incoherente situaties.

### Effectiviteit

Conform de Dienstenrichtlijn moeten beperkingen aantoonbaar zinvol bijdragen aan de algemene doelen. Anders gezegd, het beperken tot bijvoorbeeld perifere detailhandel (en dus het niet toestaan van bijvoorbeeld een supermarkt) op een bedrijventerrein moet aantoonbaar effectief bijdragen aan het voorkomen van onaanvaardbare effecten en leegstand in centra. De bewijslast ligt altijd bij het bevoegd gezag (de gemeente). Jurisprudentie wijst uit dat een zogenaamde ‘pakketbenadering’ volstaat. Dit betekent dat de zwaarte van de onderbouwing ligt bij de samenhang van beperkingen binnen een gemeente en niet bij individuele beperkingen. Elke gemeente is zelf verantwoordelijk voor een dergelijke onderbouwing. Idealerweise is deze onderbouwing onderdeel van het lokale (detailhandels)beleid.

### Niet verder dan nodig, geen andere beperkingen mogelijk

Aangetoond moet worden dat beperkingen niet verder gaan dan nodig en dat geen andere minder beperkende maatregelen mogelijk zijn die hetzelfde doel bereiken. In de praktijk kan dit gemotiveerd worden door de ‘en-en’ redenatie. Gemeenten leggen enerzijds beperkingen op voor detailhandelsvestigingen in (met name) de periferie om de vitaliteit van centra te beschermen. Het bestemmingsplan en de omgevingsvergunning (omgevingsplan) zijn de enige instrumenten waar dit juridisch geborgd kan worden. Tegelijkertijd doen gemeenten ‘niet-juridische’ investeringen in centra om de vitaliteit te versterken, denk aan herinrichting van de openbare ruimte, opstellen van centrumvisies, participeren in centrummanagement, investeren in mobiliteit, duurzaamheid en groen/water, etc.

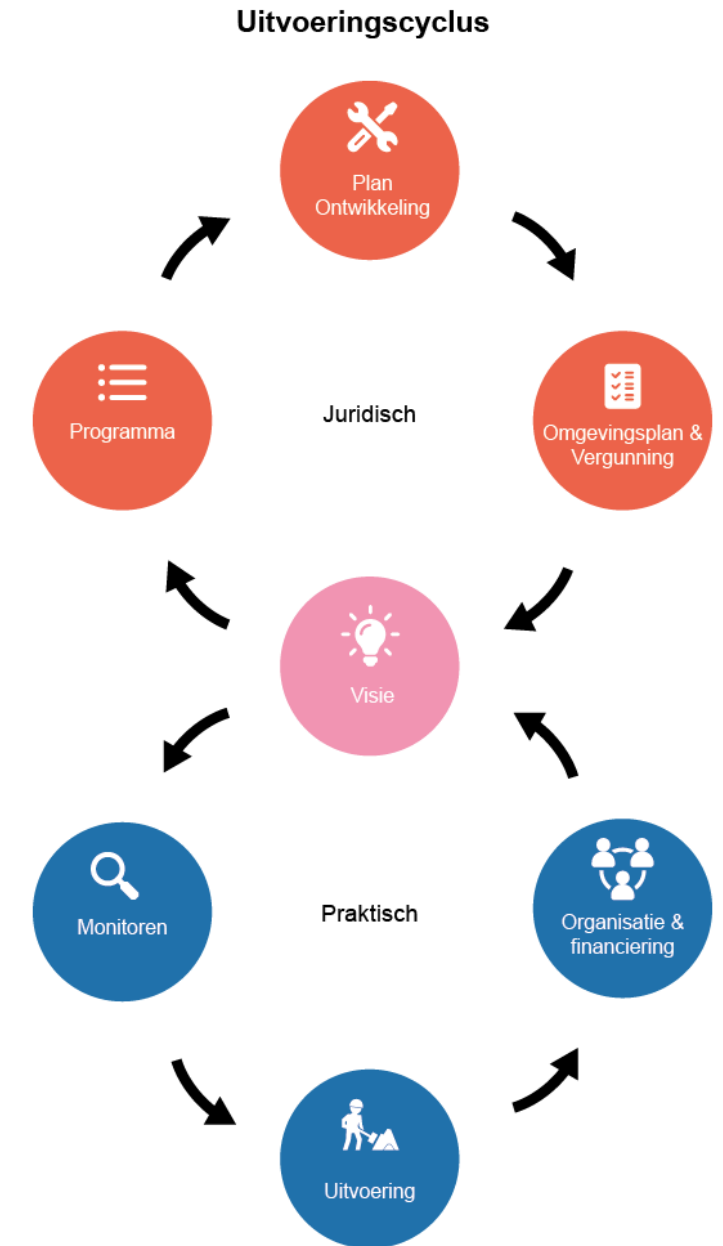
## 8.7 Monitoring

De provincie Noord-Brabant faciliteert momenteel in de monitoring, met name in de vorm van het beschikbaar stellen van data en informatie, zoals via de provinciale monitor en het koopstromenonderzoek. Het is aan de regio, gemeenten en centra om hiervan actief gebruik te maken. Streven is om detailhandelsontwikkelingen één keer per jaar te monitoren. Gezien

de looptijd van deze visie (2030) is het verstandig om tussentijds (medio 2026) het beleid te evalueren en waar nodig aan te vullen.

### Actie: monitoring van beleidsdoelen

Het SGE zet zich in samenwerking met de provincie in om de beleidsdoelen jaarlijks te monitoren. Is de regio op de goede weg bezig? Zijn de acties nog steeds actueel en effectief? Is bijsturing noodzakelijk?



Figuur 15: Uitvoeringscyclus en belang van monitoring

## **Bijlage 1 - Participatie verantwoording**

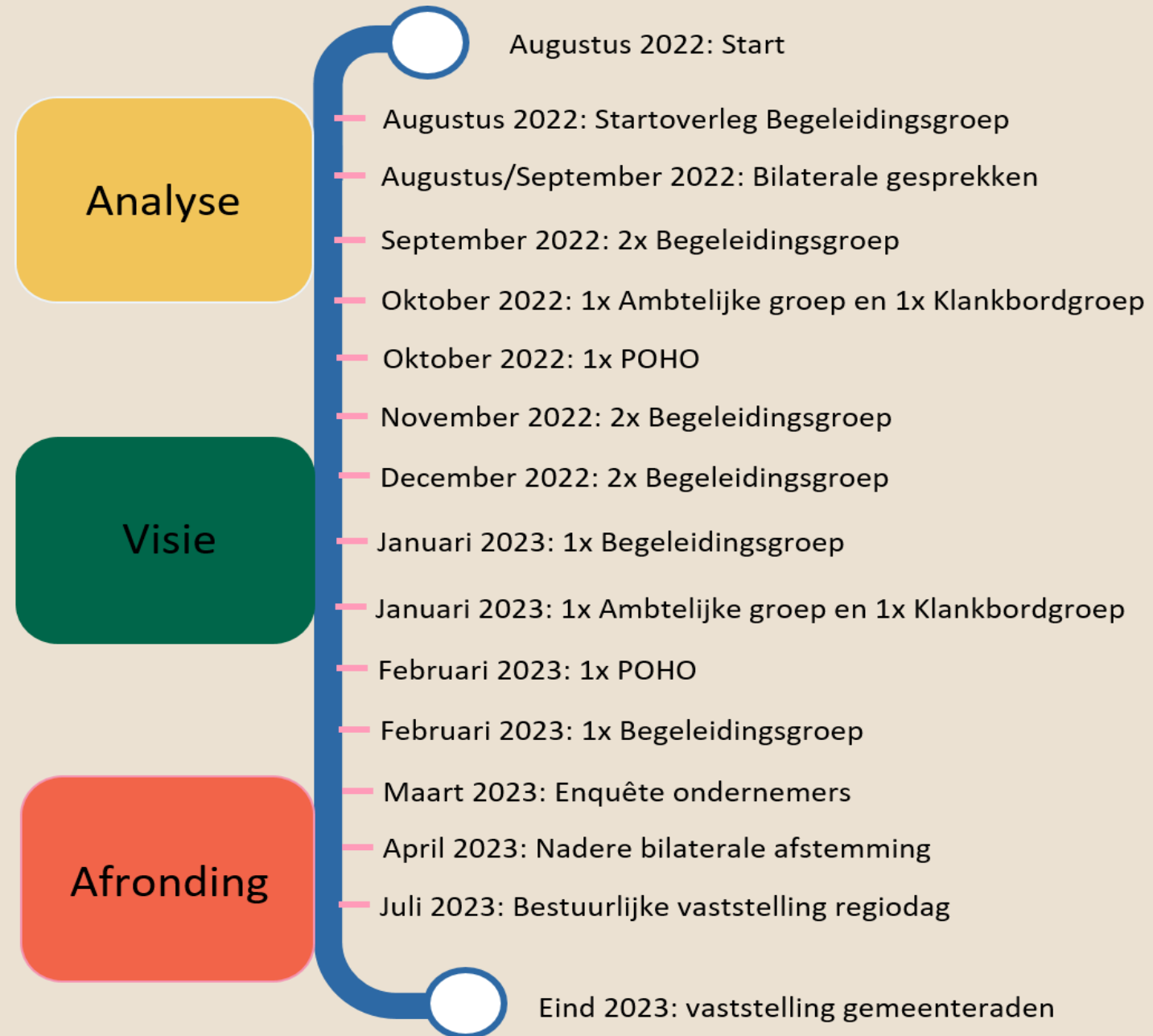
# Inleiding

Deze visie is via participatie tot stand gekomen. Regie en uitvoering lag in handen van BRO. Doel van de participatie was om alle betrokkenen, zoals gemeenten (ambtelijk en bestuurlijk), ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners te betrekken. Enerzijds om input op te halen en anderzijds draagvlak te peilen en te bouwen voor de keuzes.

## Proces gremia

Tijdens de visievorming waren de volgende overlegstructuren aanwezig.

- **Begeleidingsgroep:** Centrale partner in het onderzoekstraject, bestaand uit drie ambtelijke vertegenwoordigers en drie commissieleden van de RACD. Met deze mensen werden stukken voorbereid, besproken we het proces en stemden we intensief af. De ambtelijke opdrachtgever (Helmond) en een persoon uit de Begeleidingsgroep beschouwden we als 'Kopgroep' voor zakelijke afstemmingsmomenten.
- **Ambtelijke werkgroep:** Vanuit elke gemeente nam ten minste één ambtenaar deel. Deze ambtenaren konden op specifieke momenten inhoudelijk reageren. Ook werd verwacht dat ze betrokken bestuurders op de hoogte hielden.
- **Klankbordgroep:** Voor de externe consultatie was de klankbordgroep het primaire orgaan. Hierin namen deel:
  - Overige leden RACD
  - Centrummanagers van regionale centra
  - Provincie Noord-Brabant (ambtelijk)
- **Bestuurlijke afstemming:** Bestuurders zijn in het proces meermaals betrokken geweest. De bestuurlijke groep omvatte minimaal één wethouder per gemeente en de gedupeerde vanuit de provincie. Meerdere bestuurlijke bijeenkomsten om de analyses en visie te bespreken. Bilaterale gesprekken aan de voorkant met elke gemeente en in sommige gevallen tussentijds.
- Naast de formele afstemmingsmomenten was er geregeld tussentijds digitale afstemming tussen de projectleider van BRO en de Kopgroep en met andere leden uit de Begeleidingsgroep.



### **Specifiek betrekken bewoners**

- Bewoners zijn niet vertegenwoordigd op regionaalniveau. Input van bewoners is nadrukkelijk meegenomen in de visie via het Koopstromenonderzoek 2021. In elke gemeente zijn vele geslaagde enquêtes onder bewoners afgenomen die inzicht geven in koopgedrag, beoordelingen en wensen.

### **Specifiek betrekken ondernemers en potentieel nieuwe retailers**

- Ondernemers waren zeer goed en op verschillende manieren betrokken. In de Begeleidingsgroep zat iemand vanuit Lokaal Retailbelang die lokale ondernemers vertegenwoordigd. In de Klankbordgroep zaten vele centrummanagers, vaak zelf ook ondernemer, die opkwamen voor de belangen van ondernemers en vastgoedeigenaren in de centra.
- Aanvullend is een enquête uitgezet via centrummanagers en ondernemersverenigingen aan individuele ondernemers in het SGE. Doel van deze enquête was om via stellingen de visie van ondernemers te peilen. Gezorgd is voor een goede spreiding binnen het SGE tussen gebieden en belangen, evenals een balans tussen potentieel nieuwe en bestaande ondernemers.



## **Bijlage 2 - Analyse**

projectnaam  
**Analyse Detailhandelsvisie SGE**

datum  
**17 oktober 2022**

projectnummer  
**P05703**

BRO projectleider  
**RvL**

projectteam  
**FWi/RKo**

## Analyse SGE

### Inleiding

Ten behoeve van de actualisatie van de regionale detailhandelsvisie Stedelijk Gebied Eindhoven is een analyse uitgevoerd op de regionale detailhandelsstructuur. De resultaten van de analyse zijn opgenomen in deze sheetrapportage. De analyse is een bouwsteen en onderbouwing van de visie.

Voor de analyse is uitgegaan van de winkelgebied afbakeningen zoals deze door Locatus worden gehanteerd. Peildatum van het Locatus aanbod is Q2 2022.

### Hoofdconclusies

- In algemene zin is er een afname van de leegstand te zien in het Stedelijk Gebied Eindhoven die vergelijkbaar is met de landelijke trend.
- In alle winkelgebiedstypen is sprake van een afname van de leegstand.
- Een groot deel van de panden die eerder leeg stonden zijn nu ingevuld met horeca (68).
- In het Stedelijk Gebied stijgt het aantal m<sup>2</sup> wvo dagelijkse artikelen, deze stijging ligt boven het landelijk gemiddelde.
- De verhouding (op basis van m<sup>2</sup> wvo) levensmiddelen-speciaal-aanbod (14%) en supermarktaanbod (86%) in 2022 ligt nagenoeg gelijk aan de verhouding in 2014.

- In het Stedelijk Gebied Eindhoven is door de jaren heen een afname zichtbaar in het recreatieve winkelaanbod. De afname van de winkelruimte in de recreatieve sector volgt redelijk de landelijke trend, maar sinds 2020 lijkt het dal te zijn bereikt.
- In het Stedelijk Gebied neemt het doelgerichte aanbod in aantal winkels af (-138 winkels), het winkelvloeroppervlak stijgt juist licht.
- In het gehele Stedelijk Gebied is de omvang van verspreide bewinkeling afgenomen. Ten opzichte van 2014 is er een afname zichtbaar van 6%
- Op basis van de functiemix is een afname van het aantal Mode & Luxe verkooppunten zichtbaar en een toename van het aantal horeca verkooppunten.
- Zowel in het centrum van Helmond als het centrum van Eindhoven is een afname zichtbaar van de huurprijzen.

# 1. Leegstand

## 1.1 Definitie leegstand

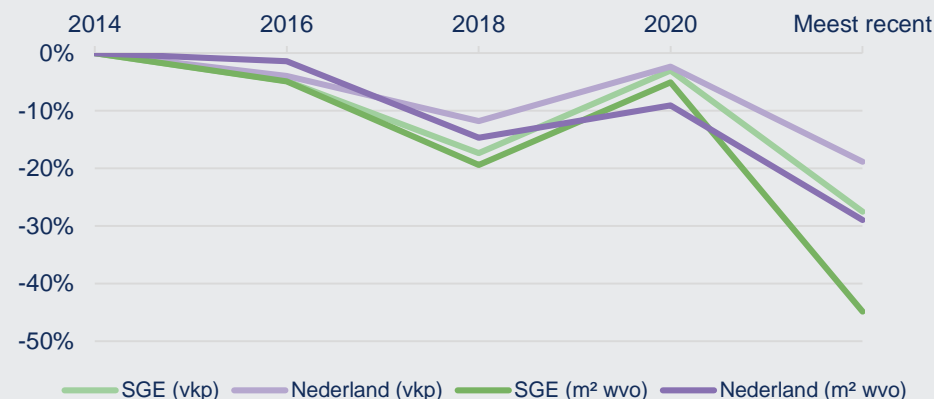
De leegstandcijfers zijn op basis van Locatus (peildatum tweede kwartaal 2022). Locatus registreert een pand als leegstand zodra dit pand eerder feitelijk in gebruik is geweest met een winkel, horeca of andere commerciële dienst. De leegstandcijfers hebben daardoor niet uitsluitend betrekking op winkelleegstand.

## 1.2 Conclusies Leegstand

### Algemeen

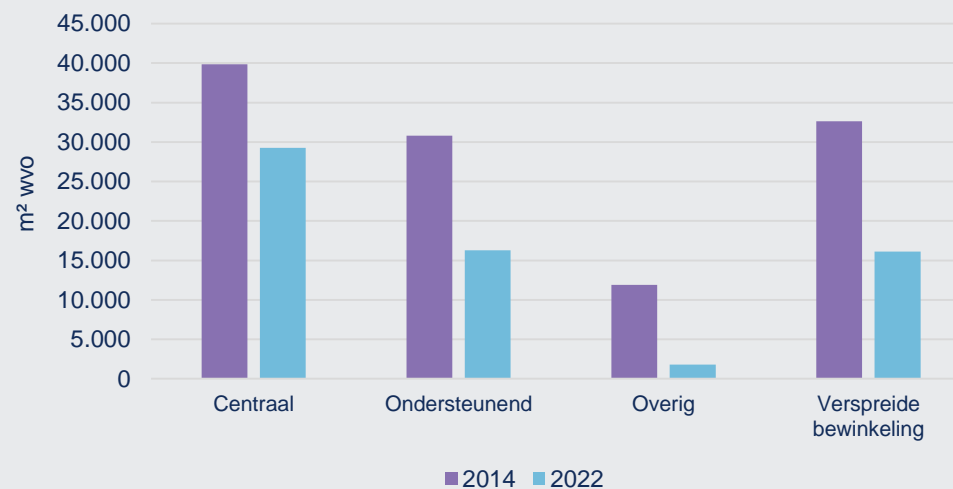
- In algemene zin is er een afname van de leegstand te zien in het Stedelijk Gebied Eindhoven die vergelijkbaar is met de landelijke trend, zie **figuur 1**. Dit geldt zowel voor het aantal leegstaande paden als de omvang van de leegstand. Alleen dit jaar (2022) is zichtbaar dat de leegstand in m<sup>2</sup> wvo echter beduidend meer is afgenomen in vergelijking met Nederland.
- In het Stedelijk Gebied Eindhoven is de leegstand tussen 2014 en 2022 afgenomen met 154 panden (-28%). Het leegstaande winkelvloeroppervlak is in diezelfde periode afgenomen met circa 51.700 m<sup>2</sup> wvo (-45%).
- Hoewel dit mogelijk paradoxaal aanvoelt tegen het licht van landelijke trends, zoals meer online aankopen, corona en veranderend consumentengedrag is het wel logische te verklaren. De afgelopen jaren is er veel gedaan om leegstand tegen te gaan en te transformeren. Steeds meer (commerciële) leegstand wordt uit de markt gehaald en getransformeerd naar bijvoorbeeld woningen of sociaal-maatschappelijke functies. Ook is veel leegstand, met name (recreatieve) winkelpanden, ingevuld met horeca. Het horeca aanbod is de afgelopen jaren immers fors gegroeid.
- In alle winkelgebiedstypen is een afname van de leegstand zichtbaar. De meeste leegstand zit echter nog in de centrale winkelgebieden van het Stedelijk Gebied (zie **figuur 2**). Het leegstandspercentage op basis van het aantal panden bedraagt 8,8% en 8,2% op basis van het aantal m<sup>2</sup> wvo. Dit is relatief beperkt ten opzichte van het landelijk gemiddelde in centrale winkelgebieden (respectievelijk 9,4% en 9,7%).
- De corona steunmaatregelen vanuit het Rijk dempen de bedrijfsbeëindigingen en faillissementen. In de detailhandel en horeca is echter sprake van een fors oplopende schuldenlast, wat het toekomstperspectief van veel ondernemers onzeker maakt.
- De leegstand in het gebied daalde harder dan de afname van het aantal verkooppunten. In de periode 2014-2022 nam het aantal retail verkooppunten af met 13%, het aantal leegstaande panden nam af met 28%.

Ontwikkeling leegstand t.o.v. 2014



Figuur 1: Ontwikkeling van de leegstand.

Ontwikkeling leegstand naar gebiedstypen



Figuur 2: Ontwikkeling van de leegstand naar gebiedstypen.

### Leegstand nader geanalyseerd

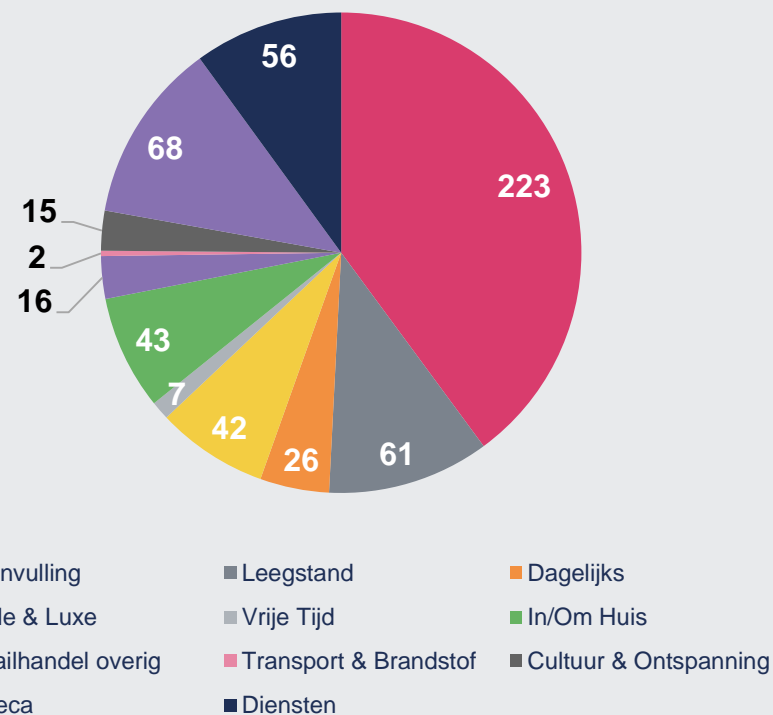
In 2014 stonden in het gehele Stedelijk Gebied 559 panden leeg, in 2022 waren dit er 405. Een daling van 28%. Op basis van Locatus gegevens is gekeken naar de (nieuwe) invulling van de 559 panden die in 2014 leeg stonden.

- Het merendeel van de panden is geen verkooppunt meer. Voor deze panden is middels de bag gekeken naar de huidige functie, zie **figuur 3**.
- 68 panden zijn ingevuld met horeca.
- 61 panden stonden ook in 2022 (opnieuw) leeg.
- 56 panden zijn ingevuld met diensten.

Voor deze analyse is gebruik gemaakt van Locatus gegevens. Om de herinvulling van het pand te bepalen is gekeken naar het pand ID. Wanneer een pand gesplitst is verandert het pand ID. Hierdoor is het mogelijk dat de herinvulling een oververtegenwoordiging betreft.

Van de 223 panden die in 2022 niet meer in de Locatus database zijn opgenomen is bekend dat ze anders zijn ingevuld. Dit betekent of dat het pand gesplitst is of dat er herinvulling heeft plaats gevonden. Op basis van de BAG is gekeken naar het gebruiksdoel van het pand.

- Het merendeel van de leegstaande panden heeft in de BAG als gebruiksdoel: winkelfunctie, woonfunctie (47 panden).
- Verder heeft een deel van de panden een nieuw gebruiksdoel gekregen: woonfunctie (42 panden).
- De overige gebruiksdoelen van de leegstaande panden zijn zeer gedifferentieerd. Om een beeld te geven in totaal zijn er 40 verschillende gebruiksdoelen te onderscheiden. Bovendien gaat het hier ook om een beperkt aantal panden per gebruiksdoel.



Figuur 3: Huidige invulling van de panden die in 2014 leegstonden.

### Verschillen per type centrum

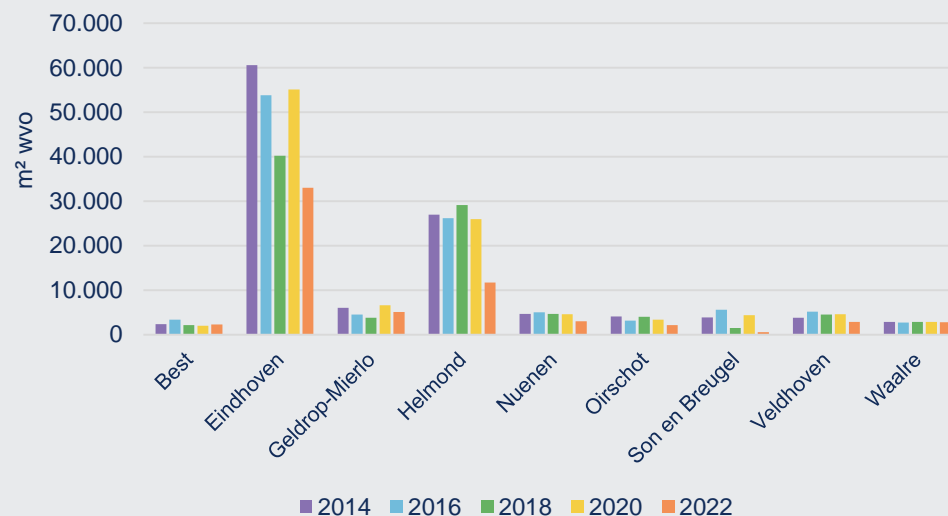
In **figuur 2** is de ontwikkeling van de leegstand per winkelgebiedstypen zichtbaar.

- In alle winkelgebiedstypen is sprake van een afname van de leegstand.
- De afname van de leegstand is het grootst in de categorie overig. In 2014 stonden hier enkele grootschalige panden leeg waaronder op Ekkersrijt, De Hurk en de Engelseweg.
  - In 2014 stond een groot pand leeg op Ekkersrijt (Ekkersrijt 4115D, ca. 2.500 m<sup>2</sup> wvo). In 2022 is dit pand ingevuld door Bouman & Potter.
  - In 2014 stonden twee groot pand leeg op de Engelseweg (Nijverheidsweg 12, ca. 1.660 m<sup>2</sup> wvo en Engelseweg 154, ca. 1.250 m<sup>2</sup> wvo). In 2022 het pand aan de Nijverheidsweg opgesplitst en zijn er nu meerder winkels gevestigd waaronder Keukenhal & Nelemans Stofferingen. In het pand aan de Nijverheidsweg is nu Profijt Meubel gevestigd.
  - In 2014 stond een groot pand leeg op De Hurk (Hurksestraat 44, ca. 1.200 m<sup>2</sup> wvo). Voorheen was dit pand ingevuld door Henk Heijmans, nu is onder andere een Kruidvat gevestigd.

### Lokale verschillen

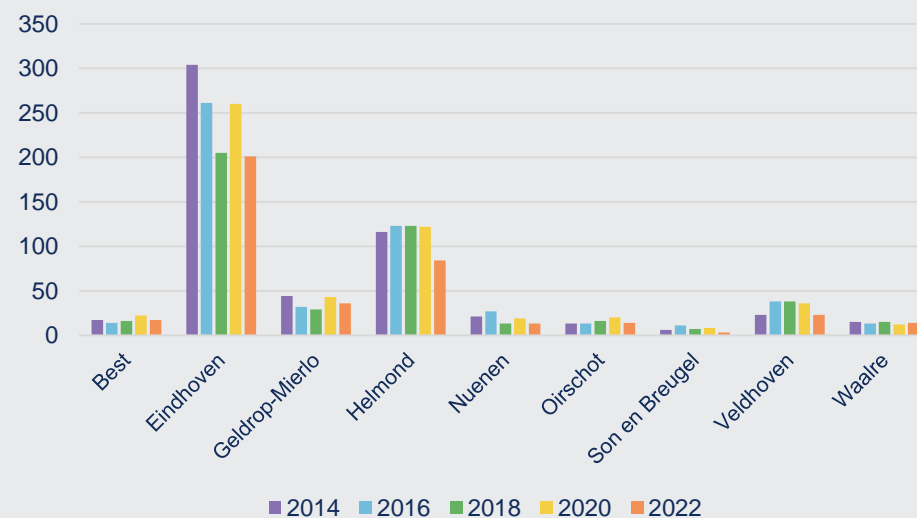
- Met name in de gemeenten Eindhoven (-27.500 m<sup>2</sup> wvo), Helmond (-15.300 m<sup>2</sup> wvo) en Son & Breugel (-3.300 m<sup>2</sup> wvo) is de leegstand tussen 2014 en 2022 fors afgenomen, zie **figuur 4**. In geen van de gemeenten in het Stedelijk Gebied is de leegstand in omvang (m<sup>2</sup> wvo) toegenomen.
  - In 2020 nam de leegstand in Eindhoven fors toe. Deze toename wordt veroorzaakt door het vertrek van enkele grote winkels waaronder De Kampeermarkt aan de Lodewijkstraat (ca. 3.800 m<sup>2</sup> wvo), Multimate aan de Bisschop Bekkerslaan (ca. 2.950 m<sup>2</sup> wvo), de Hema aan de Rechtestraat (ca. 1.480 m<sup>2</sup> wvo) en Jan Linders aan de Tramstraat (ca. 1.200 m<sup>2</sup> wvo).
- Ook in het aantal verkooppunten (**figuur 5**) is de meeste gemeenten een afname te zien in het aantal leegstaande panden. Alleen in de gemeente Oirschot is een stijging zichtbaar van het aantal leegstaande panden (+1 pand). In zowel de gemeente Best als Waalre is het aantal leegstaande panden in 2022 gelijk aan het aantal in 2014.
- **Figuur 6** toont waar de grootste leegstaande panden zich in het Stedelijk Gebied bevinden.

Ontwikkeling leegstand per gemeente (m<sup>2</sup> wvo)

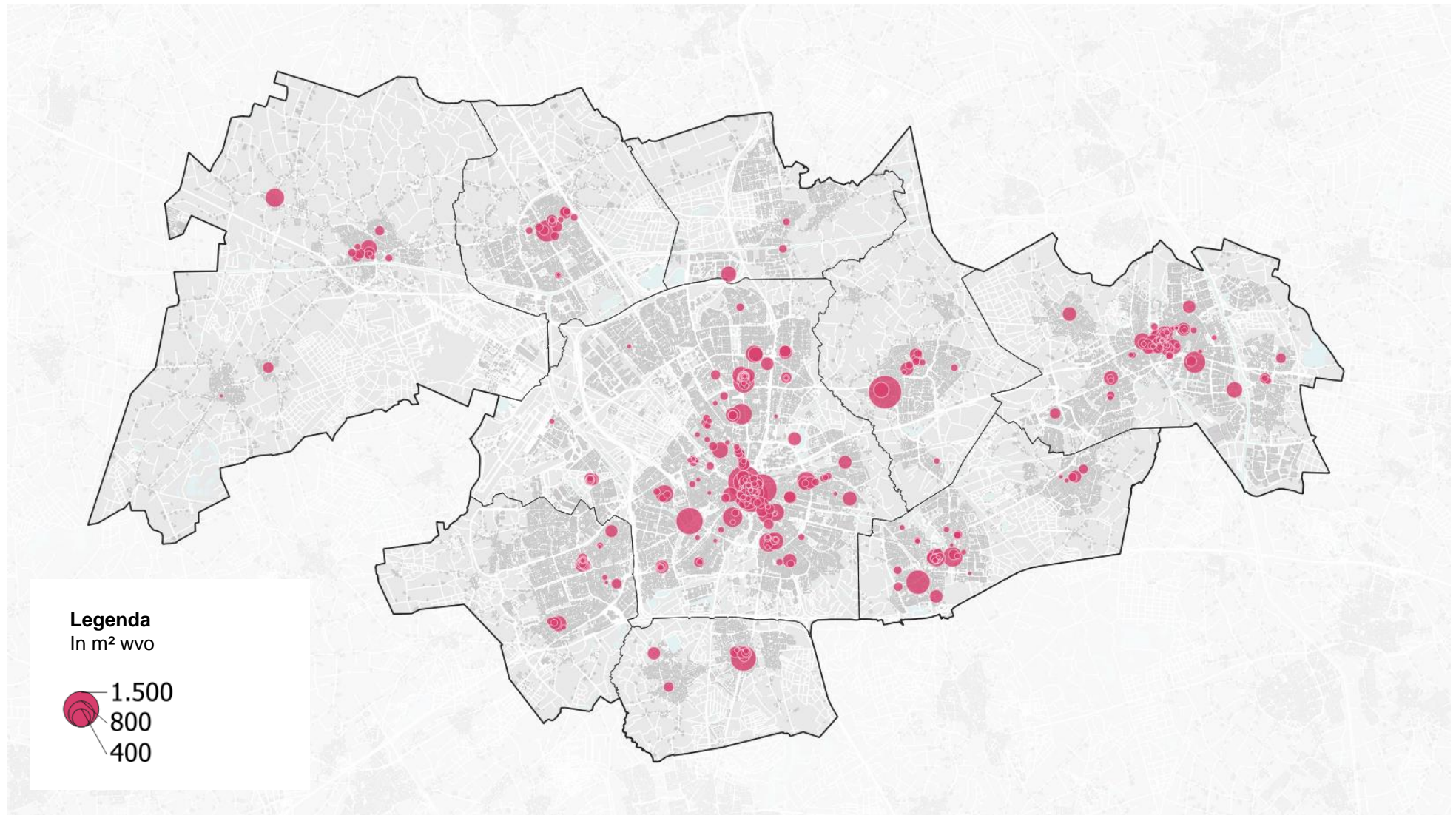


Figuur 4: Ontwikkeling van de leegstand per gemeente in m<sup>2</sup> wvo.

Ontwikkeling leegstand per gemeente (vkp)



Figuur 5: Ontwikkeling van de leegstand per gemeente in aantal verkooppunten.



Figuur 6: Leegstand in het SGE.

## 2. Boodschappen doen

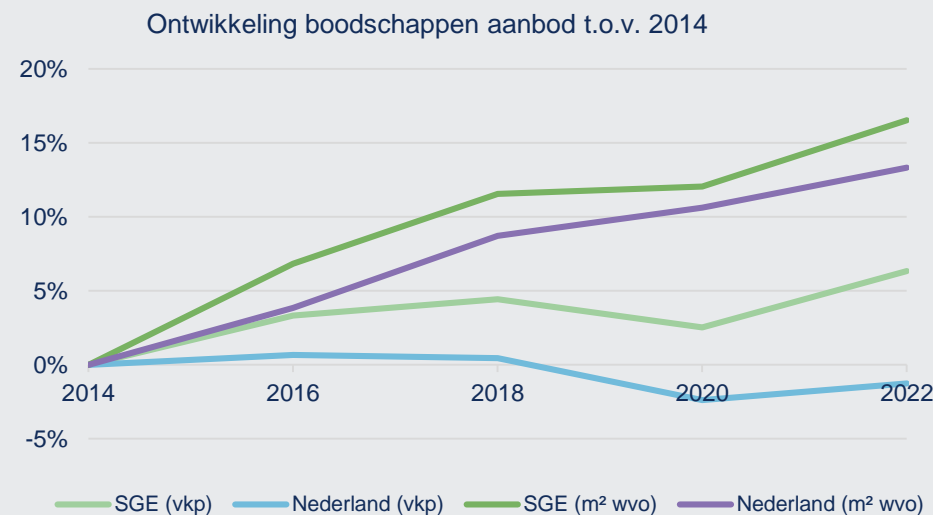
### 2.1 Definitie boodschappen doen

Met boodschappen doen wordt het winkelaanbod bedoeld dat betrekking heeft op dagelijkse aankopen, zoals supermarkten, levensmiddelenpecialzaken (bakker, slager, etc.), drogisterijen en parfumeriezaken. De aanbodcijfers zijn op basis van Locatus (peildatum Q2 2022).

### 2.2 Conclusies boodschappen doen

#### Algemeen

- Landelijk is de trend zichtbaar dat het aantal m<sup>2</sup> wvo dagelijkse artikelen sinds 2014 gestaag is toegenomen (+13%), terwijl het aantal winkels beperkt afneemt, zie **figuur 7**. Dit betekent dat de gemiddelde schaalgrootte van winkels in de dagelijkse sector nog steeds toeneemt (schaalvergroting). Dit komt door de supermarkten.
- Ook in het Stedelijk Gebied is zichtbaar dat het aantal m<sup>2</sup> wvo dagelijkse artikelen sinds 2014 is toegenomen (+17%), deze stijging is meer dan landelijk. Het verschil ten opzichte de landelijke ontwikkeling is dat het aantal winkels eveneens stijgt. Ten opzichte van 2014 met 6%.
- De groei van het dagelijkse aanbod houdt verband met de groei van het inwonertal. Dit verklaart mogelijk waarom dit type winkelaanbod in het Stedelijk Gebied sterker stijgt dan landelijk. Er is hier sprake van een bovengemiddelde bevolkingsgroei.
- Bedroeg de gemiddelde grootte van een supermarkt in het Stedelijk Gebied in 2014 ca. 1.040 m<sup>2</sup> wvo in 2022 is de gemiddelde omvang gedaald naar ca. 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Een verklaring hiervoor is de toename van (kleinere) city supermarktconcepten zoals Jumbo City, AH To Go, Spar City en Spar University en gespecialiseerde doelgroep supermarkten. In 2014 waren er 15 supermarkten die kleiner waren dan 500 m<sup>2</sup> wvo in 2022 is dit aantal toegenomen naar 37 supermarkten. Met name in Eindhoven is het aantal kleinere supermarkten toegenomen.
- De omvang van de levensmiddelenpecialaanbod is in het hele Stedelijk Gebied ten opzichte van 2014 gestegen met circa 9%. In de meeste gemeenten was een stijging zichtbaar met uitzondering van de gemeenten Geldrop-Mierlo en Helmond. In de gemeente Geldrop-Mierlo nam het levensmiddelenpecialzaak aanbod af met -21% en in de gemeente Helmond met -2%. De grootste stijging was zichtbaar in de gemeente Best. Hier nam het levensmiddelenpecialzaak aanbod toe met circa 80%.
- De stijging in Best komt door extra aanbod aan de koningin Julianaweg. Enkele nieuwe aanbieders zijn onder andere: Slijterij Gerard, Traiteur Jager & van Hoof, Bakkerij Floor van Lieshout. Het aanbod nam hier toe met circa 220%.



Figuur 7: Ontwikkeling van het boodschappen aanbod.



Figuur 8: Ontwikkeling van het boodschappen aanbod naar gebiedstypen.

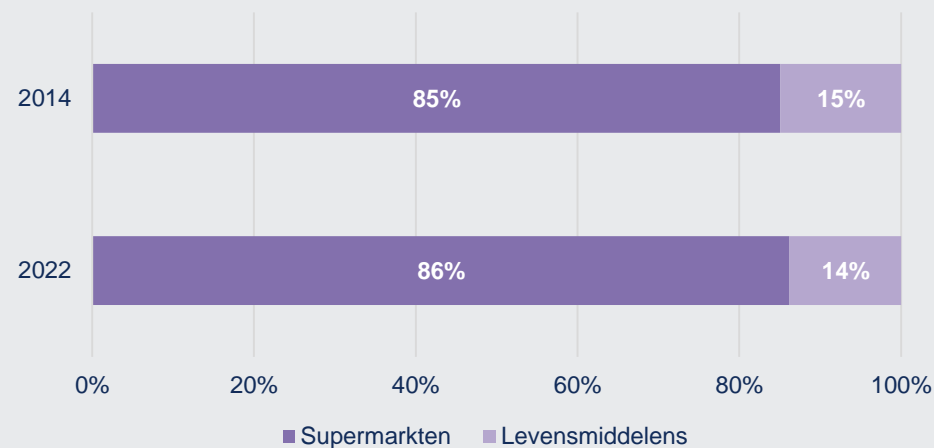
- De stijging van het levensmiddelenpeciaalaanbod is met name te zien in de 'wijkcentra groot' (+170%) en de binnensteden (+89%).
- De verhouding (op basis van m<sup>2</sup> vwo) levensmiddelenpeciaalaanbod (14%) en supermarktaanbod (86%) in 2022 ligt nagenoeg gelijk aan de verhouding in 2014, zie **figuur 9**. De verhouding op basis van het aantal verkooppunten is licht verschoven. Het aantal supermarkten is iets toegenomen, zie **figuur 10**.
- Het aantal speciaalzaken in het Stedelijk Gebied blijft redelijk stabiel. Ten opzichte van 2014 nam het aantal zaken toe met +19.

#### Verschillen per type centrum

In **figuur 8** is de ontwikkeling van het boodschappenaanbod per winkelgebiedstypen zichtbaar.

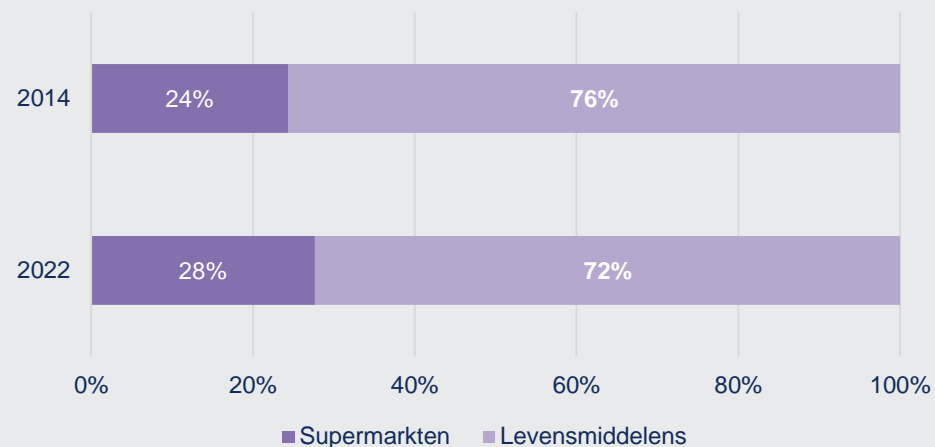
- In alle winkelgebiedstypen is sprake van een toename van het dagelijkse artikelenaanbod. De grootste toename is zichtbaar bij de ondersteunende winkelgebieden (ca. +18.400 m<sup>2</sup> vwo). Dit betreft hoofdzakelijk de stadsdeel-, wijk- en buurtcentra.
- De toename wordt met name veroorzaakt door relatief klein aanbod. Enkele grotere ontwikkelingen die hebben bijgedragen aan de toename zijn de komst van specialistische (kleinschalige) doelgroep supermarkten in Eindhoven, de uitbreiding van de Plus in Best, de komst van Lidl in Nuenen, de komst van Jumbo in Veldhoven.

Verhouding supermarkten en levensmiddelenpeciaalaanbod  
(in m<sup>2</sup> vwo)



Figuur 9: Ontwikkeling van het boodschappen aanbod.

Verhouding supermarkten en levensmiddelenpeciaalaanbod  
(in vkp)

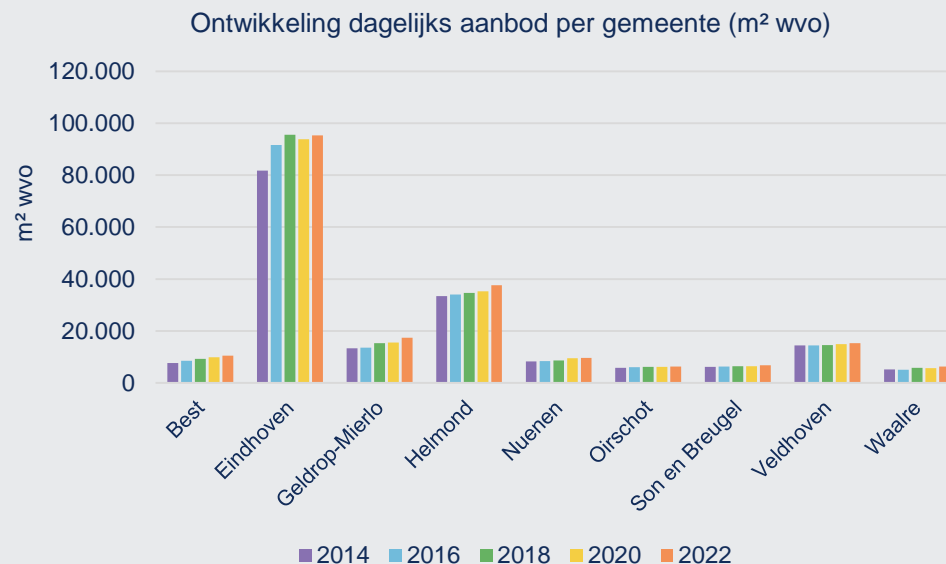


Figuur 10: Ontwikkeling van het boodschappen aanbod naar gebiedstypen.

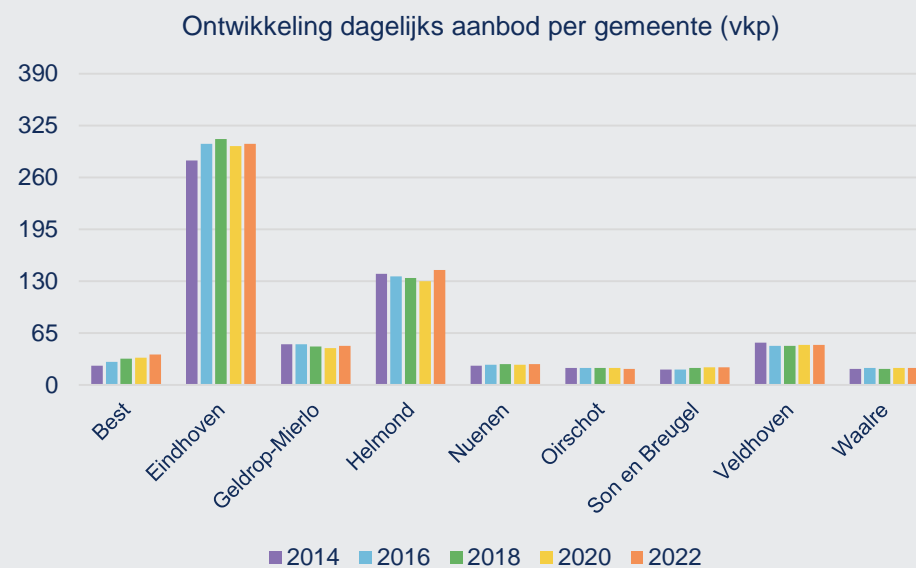


### Lokale verschillen

- Met name in de gemeenten Eindhoven (+13.600 m<sup>2</sup> wvo), Helmond (+4.300 m<sup>2</sup> wvo), Geldrop-Mierlo (+4.000 m<sup>2</sup> wvo) en Best (+2.800 m<sup>2</sup> wvo) is het boodschappenaanbod tussen 2014 en 2022 fors toegenomen. In geen enkele gemeente is het dagelijks aanbod ten opzichte van 2014 afgenomen, zie **figuur 11**.
- In de groot deel van de gemeenten in het Stedelijk Gebied is het aantal verkooppunten gelijk gebleven of licht gestegen. In de gemeenten Geldrop-Mierlo (-2 verkooppunten), Oirschot (-1 verkooppunt) en Veldhoven (-3 verkooppunten) is echter sprake van een afname in het aantal verkooppunten, zie **figuur 12**. De daling van het aantal verkooppunten heeft er echter niet voor gezorgd dat het winkelvloeroppervlak is afgenomen.
- Het meest opvallend is de toename in omvang als aantal verkooppunten van het dagelijks aanbod in de gemeente Helmond. Ten opzichte van 2020 nam de omvang van het aanbod toe met ca. 2.400 m<sup>2</sup> wvo. Het aantal verkooppunten nam toe met 14.



Figuur 11: Ontwikkeling van het dagelijks aanbod per gemeente in m<sup>2</sup> wvo.



Figuur 12: Ontwikkeling van het dagelijks aanbod per gemeente in aantal verkooppunten.

## 3. Recreatief aanbod

### 3.1 Definitie recreatief aanbod

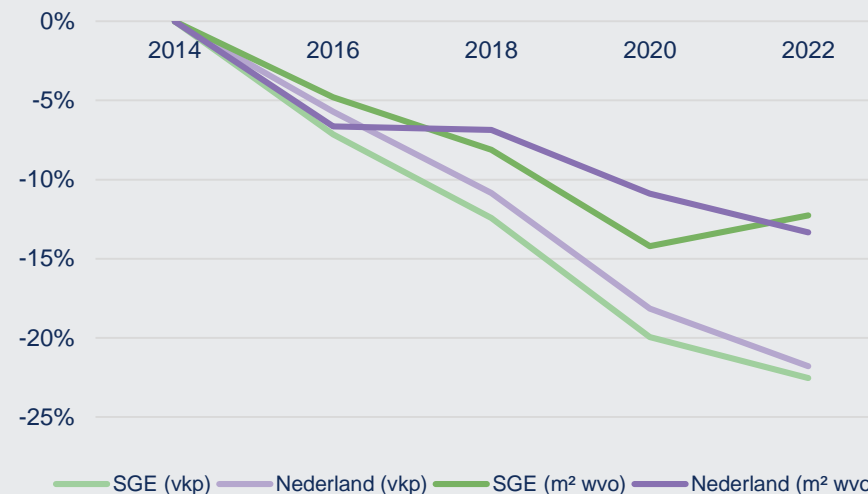
Met recreatief winkelen bedoelen we 'het dagje uit' in de binnenstad of het hoofdcentrum. Recreatief aanbod bestaat uit winkels in de categorie 'mode en luxe' (kleding, schoenen, warenhuizen, huishoudelijke artikelen, sieraden) en 'vrije tijd' (sport, spel, hobby en media). De aanbodcijfers zijn op basis van Locatus (peildatum Q2 2022).

### 3.2 Conclusies recreatief aanbod

#### Algemeen

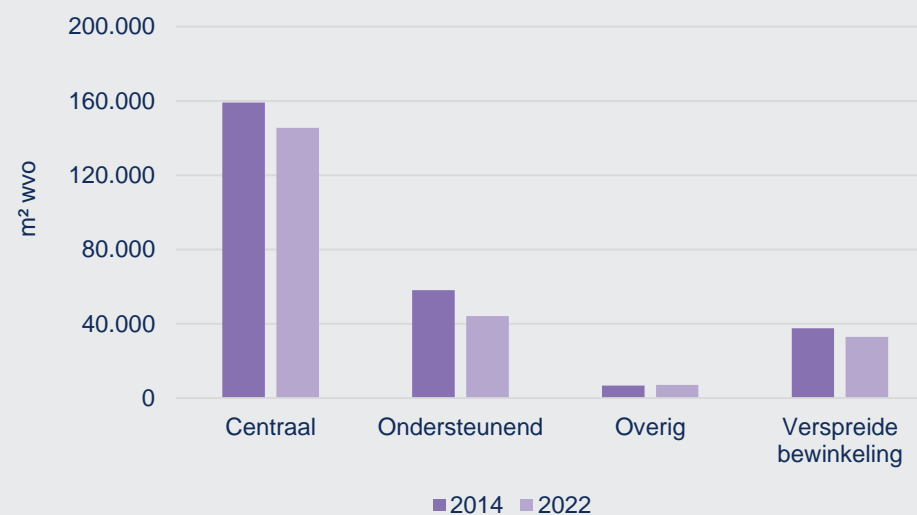
- In het Stedelijk Gebied Eindhoven is door de jaren heen een afname zichtbaar in het recreatieve winkelaanbod. De afname van de winkelruimte in de recreatieve sector volgt redelijk de landelijke trend, maar sinds 2020 lijkt het dal te zijn bereikt, zie **figuur 13**.
- Tussen 2020 en 2022 is sprake van een beperkte groei van de winkelruimte, geheel tegen de landelijke trend in. Deze toename wordt o.a. veroorzaakt door de uitbreiding/komst van Costes & Big Bazar.
- In het Stedelijk Gebied nam het aantal recreatieve winkels tussen 2015 en 2021 af met 252 winkels, totaal ca. 32.000 m<sup>2</sup> wvo. Dit betreft een daling van het winkelvloeroppervlak van 12%.
- De daling kan voor een belangrijk deel verklaard worden door faillissementen en vertrek van grote en bekende ketens, zoals V&D, Hudsons Bay, Charles Voge, Mexx, Miss Etam en Didi. Kleding en mode wordt steeds meer online gekocht, wat direct van invloed is op de bestedingen in fysieke winkels.
- Ondanks de forse afname van recreatief aanbod heeft dit er in algemene zin niet toe geleid dat de leegstand is toegenomen. Dit komt omdat veel winkelpanden zijn ingevuld met horeca of andere publieksfuncties. Ook is transformatie naar woningen en maatschappelijke functies steeds vaker aan de orde.

Ontwikkeling recreatief aanbod t.o.v. 2014



Figuur 13: Ontwikkeling van het recreatief aanbod.

Ontwikkeling recreatief aanbod naar gebiedstypen



Figuur 14: Ontwikkeling van het recreatief aanbod naar gebiedstypen.

### Verschillen per type centrum

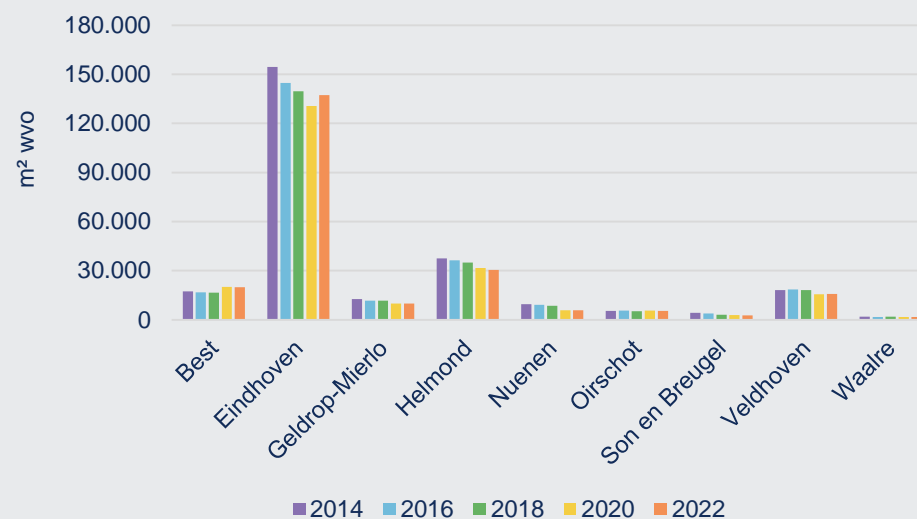
In **figuur 14** is de ontwikkeling van het recreatief aanbod per winkelgebiedstypen zichtbaar.

- In alle winkelgebiedstypen op de categorie overig na is een afname zichtbaar in het recreatieve aanbod.
- In de categorie overig nam het recreatief aanbod toe met circa 5%.
- De grootste daling was zichtbaar in de ondersteunende winkelgebieden, hier nam het recreatieve aanbod af met circa 24%.

### Lokale verschillen

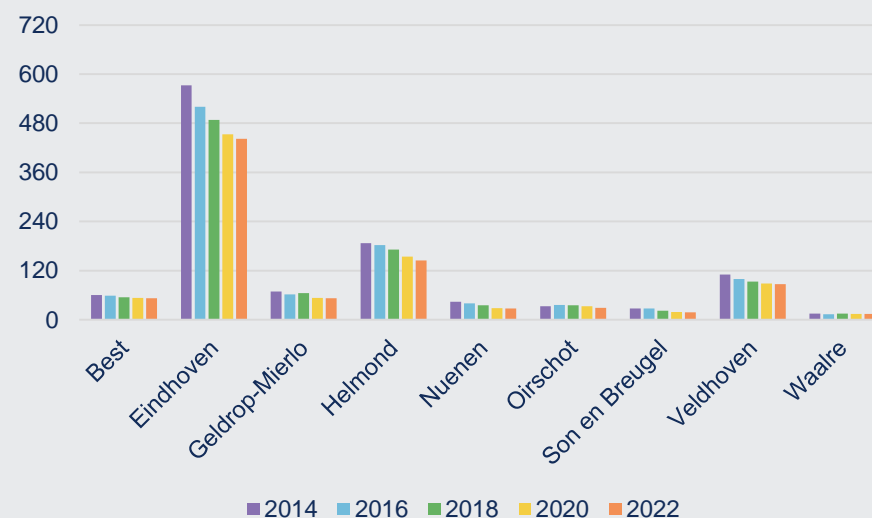
- In alle gemeenten is een afname zichtbaar in het aantal verkooppunten (**figuur 16**). Ten opzichte van 2014 is de afname het grootst in de gemeente Eindhoven (-131 verkooppunten). Ook in Helmond is er een forse afname van het aantal verkooppunten zichtbaar (-42 verkooppunten).
- Het aanbod in m<sup>2</sup> wvo toont een vergelijkbaar beeld, in de meeste gemeenten neemt het aanbod af behalve in de gemeenten Best en Eindhoven.
- In Best is het recreatief aanbod in m<sup>2</sup> ten opzichte van 2014 toegenomen ondanks het vertrek van bijvoorbeeld Charles Vögele (700 m<sup>2</sup> wvo), zie **figuur 15**. Enkele grotere winkels die ten opzichte van 2014 nieuw in Best gevestigd zijn, zijn onder andere: Janssen Mode (600 m<sup>2</sup> wvo), Takko Fashion (348 m<sup>2</sup> wvo) en Norah (285 m<sup>2</sup> wvo).
- In Eindhoven is het recreatief aanbod ten opzichte van 2020 toegenomen. De grootste winkels die bij hebben gedragen aan deze toename zijn Costes (invulling van het voormalig V&D pand, ca. 9.400 m<sup>2</sup> wvo) Jumbo Golf&Hockey (920 m<sup>2</sup> wvo), Cotton Club (300 m<sup>2</sup> wvo) en SCAMM (300 m<sup>2</sup> wvo).

Ontwikkeling recreatief aanbod per gemeente (m<sup>2</sup> wvo)



Figuur 15: Ontwikkeling van het recreatief aanbod per gemeente in m<sup>2</sup> wvo.

Ontwikkeling recreatief aanbod per gemeente (vkp)



Figuur 16: Ontwikkeling van het recreatief aanbod per gemeente in aantal verkooppunten.

## 4. Doelgericht aanbod

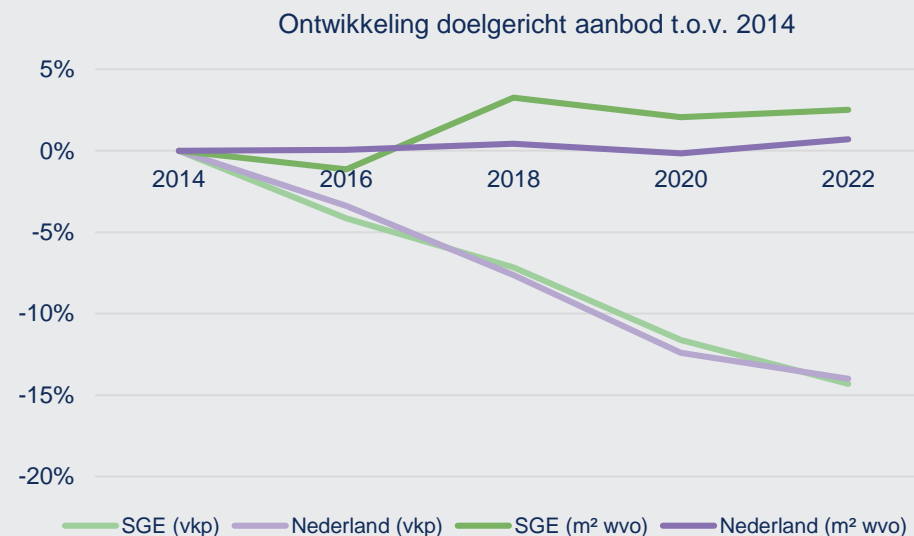
### 4.1 Definitie doelgericht aanbod

Met doelgericht winkelen bedoelen we het bezoek aan specifieke winkels, vaak in de categorie 'in en/om huis' op de woonboulevards en perifere retailparken. Doelgericht aanbod bestaat uit winkels in de categorie 'in en/om huis' (bruin- & witgoed, wonen, doe-het-zelf, plant en dier) en 'detailhandel overig' (kringloopwinkels, seksshops, etc.). De aanbodcijfers zijn op basis van Locatus (peildatum Q2 2022).

### 4.2 Conclusies doelgericht aanbod

#### Algemeen

- In het Stedelijk Gebied neemt het doelgerichte aanbod in aantal winkels af (-138 winkels), het winkelvloeroppervlak stijgt juist licht (+12.750 m<sup>2</sup> wvo), zie **figuur 17**. Qua afname van het aantal verkooppunten is de regio vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde. Het aantal m<sup>2</sup> wvo ligt hoger dan het Nederlands gemiddelde.
- Het relatief ruime aanbod hangt wederom samen met de bevolkingsgroei en koopkrachtige regio. Bovendien heeft Ekkersrijt een bovenregionale verzorgingsfunctie en trekt het veel bezoekers van buiten, inclusief België. Dit komt enerzijds door IKEA, maar anderzijds door het zeer ruime en diverse winkelaanbod op het gebied van aankopen 'in/om huis'. Ekkersrijt behoort qua omvang en profiel bij de top 3 grootste woonboulevards van Nederland, naast Woonboulevard Heerlen en Woonboulevard Zaandam.



Figuur 17: Ontwikkeling van het doelgericht aanbod.



Figuur 18: Ontwikkeling van het doelgericht aanbod naar gebiedstypen.

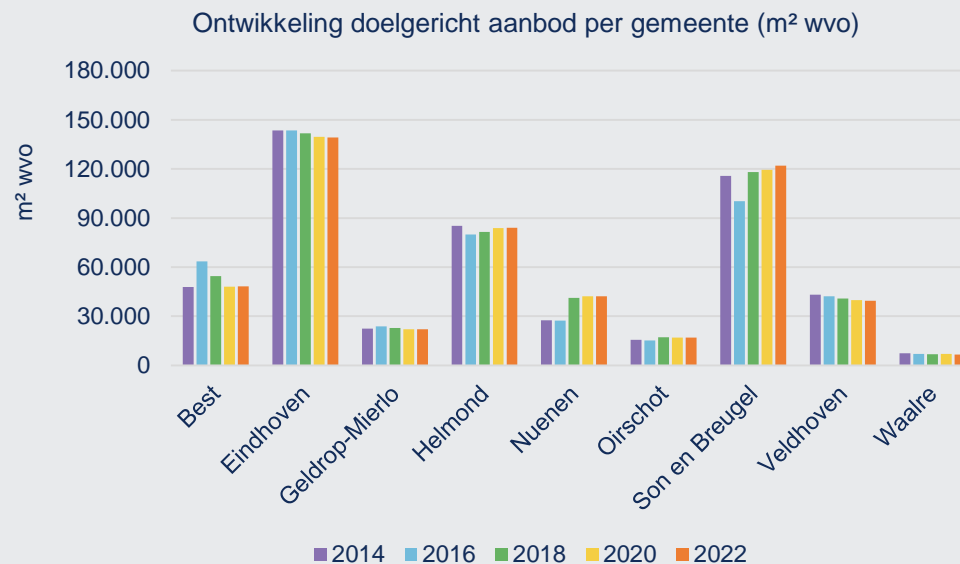
### Verschillen per type centrum

In **figuur 18** is de ontwikkeling van het doelgerichte winkelaanbod per winkelgebiedstypen zichtbaar.

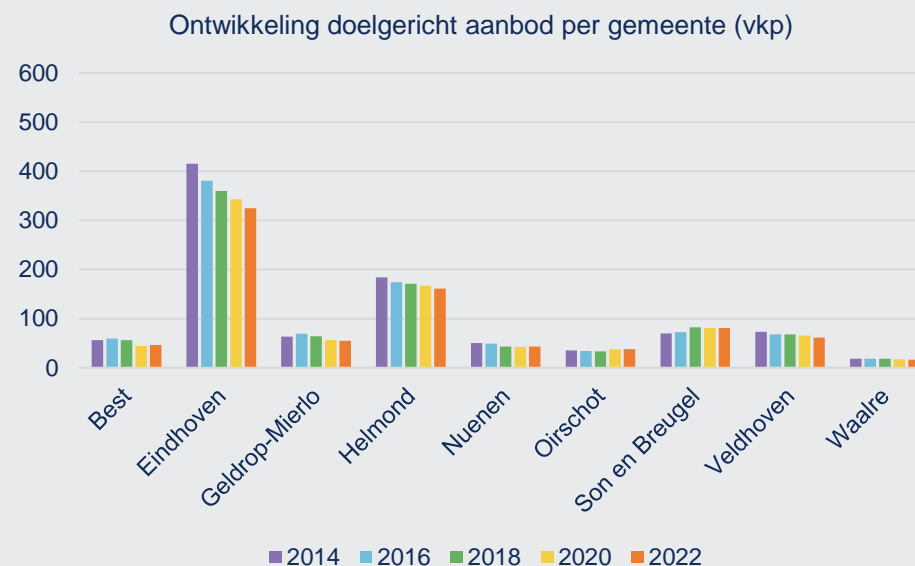
- In de verschillen per type centrum zijn enkele kleine verschillen zichtbaar. Zo nam in absolute zin het doelgerichte aanbod het meeste toe in de overige winkelgebieden (ca. 22.150+ m<sup>2</sup> wvo).
- In de centrale winkelgebieden is een afname zichtbaar van het doelgerichte aanbod (-19%). Met name in de gemeente Son en Breugel (-31%) en Best (-35%) nam het doelgerichte aanbod in de centrale winkelgebieden af.

### Lokale verschillen

- In de meeste gemeenten neemt het aanbod beperkt af (Eindhoven, Helmond, Mierlo, Nuenen en Veldhoven), in andere gemeenten is een lichte stijging zichtbaar (Oirschot, Son en Breugel).
- Het aantal m<sup>2</sup> wvo is redelijk stabiel gebleven, **zie figuur 19**. Opvallend is de stijging van het m<sup>2</sup> wvo in Nuenen. Deze stijging wordt met name veroorzaakt door de komst van Pets Place (+1.170 m<sup>2</sup> wvo), Het Goed (900 m<sup>2</sup> wvo), A-meubel (795 m<sup>2</sup> wvo), Baderie (610 m<sup>2</sup> wvo) en Slaapstudio Stijn (575 m<sup>2</sup> wvo). Ook zijn Goossens Wonen & Slapen, Coppelmans & Intratuin fors uitgebreid.



Figuur 19: Ontwikkeling van het doelgericht aanbod per gemeente in m<sup>2</sup> wvo.



Figuur 20: Ontwikkeling van het doelgericht aanbod per gemeente in aantal verkooppunten.

## 5. Verspreide bewinkeling

### 5.1 Definitie verspreide bewinkeling

Met verspreide bewinkeling bedoelen we de winkels die niet gelegen zijn in een winkelgebied. De aanbodcijfers zijn op basis van Locatus (peildatum Q2 2022).

### 5.2 Conclusies verspreide bewinkeling

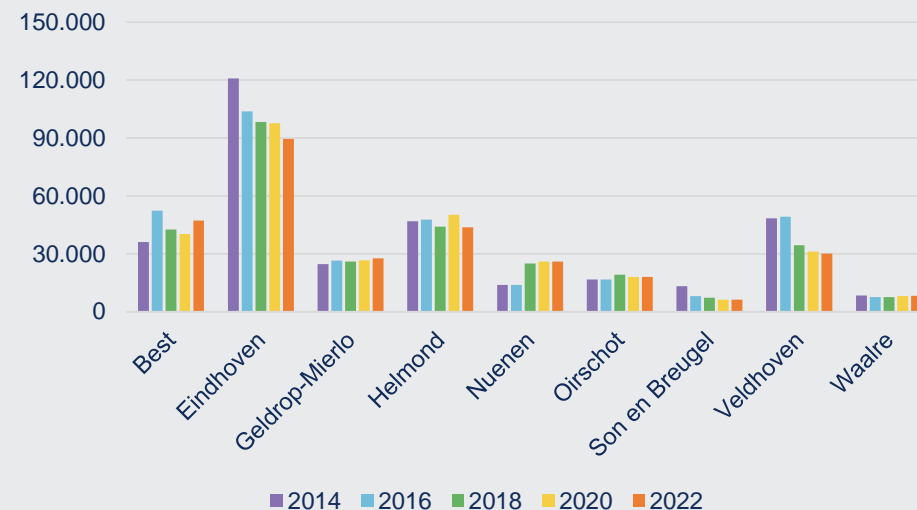
#### Algemeen

- In het gehele Stedelijk Gebied is de omvang van verspreide bewinkeling afgenomen. Ten opzichte van 2014 is er een afname zichtbaar van 10%.
- Ook het aantal verspreide verkooppunten is afgenomen. In 2014 waren dit er 836. In 2022 is dit aantal gedaald naar 655. Een afname van 22%.

#### Lokale verschillen

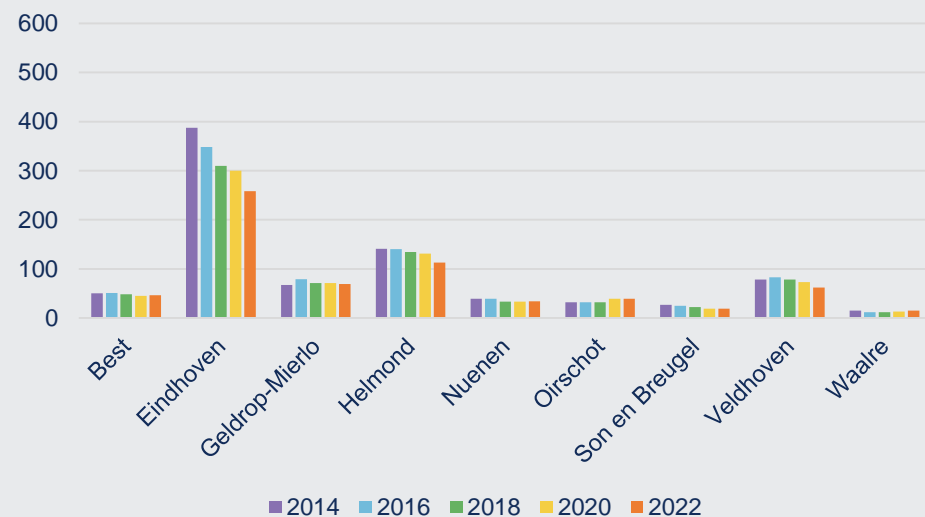
- Het aantal verspreid gelegen verkooppunten is ten opzichte van 2014 in alle gemeenten gedaald, behalve in Oirschot, zie **figuur 22**. Hier nam het aantal verspreid gelegen verkooppunten toe met +7.
- Ondanks dat het aantal verspreid gelegen verkooppunten afnam is in een aantal gemeenten een stijging zichtbaar in de omvang van de verspreide bewinkeling (**figuur 21**). Zo nam de omvang ten opzichte van 2014 toe in de gemeenten Beste, Geldrop-Mierlo, Nuenen, Oirschot en Waalre.
- De stijging van het verspreide winkel aanbod in Best wordt onder andere veroorzaakt door de komst van Hornbach (+14.000 m<sup>2</sup> wvo), Pets Place (+2.000 m<sup>2</sup> wvo) en Kringloopwinkel Best (+1.200 m<sup>2</sup> wvo).

Ontwikkeling verspreide bewinkeling per gemeente (m<sup>2</sup> wvo)



Figuur 21: Ontwikkeling van de verspreide bewinkeling per gemeente in m<sup>2</sup> wvo.

Ontwikkeling verspreide bewinkeling per gemeente (vkp)



Figuur 22: Ontwikkeling van de verspreide bewinkeling per gemeente in aantal verkooppunten.

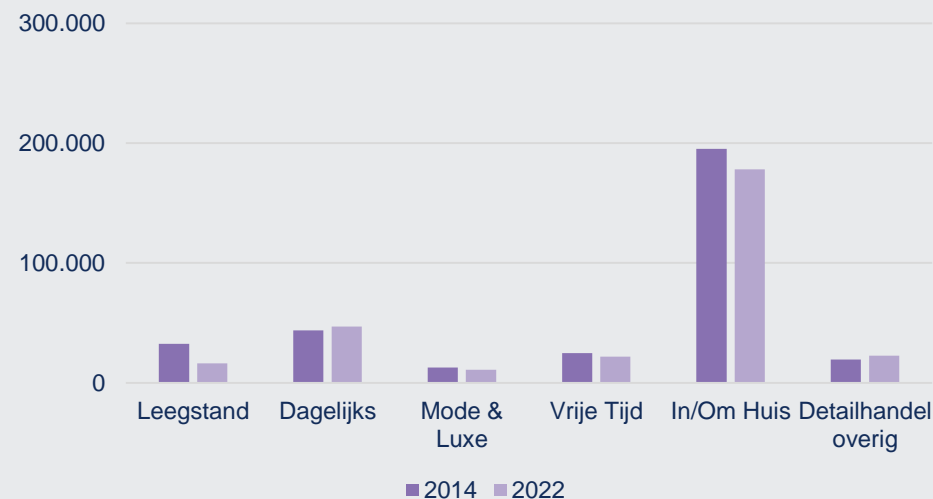
### Ontwikkeling verspreide bewinkeling per groep

- Het overgrote merendeel van het aanbod in de categorie verspreide bewinkeling betreft aanbod in de categorie In/Om Huis, zie **figuur 23**.
- De verschillen met 2014 zijn beperkt. Alleen de leegstand is ten opzichte van 2014 fors gedaald (-16.500 m<sup>2</sup> wvo), het betreft een daling van 51%.
- **Figuur 25** toont de ligging van de verspreide bewinkeling in het Stedelijk Gebied.

### Bedrijventerreinen

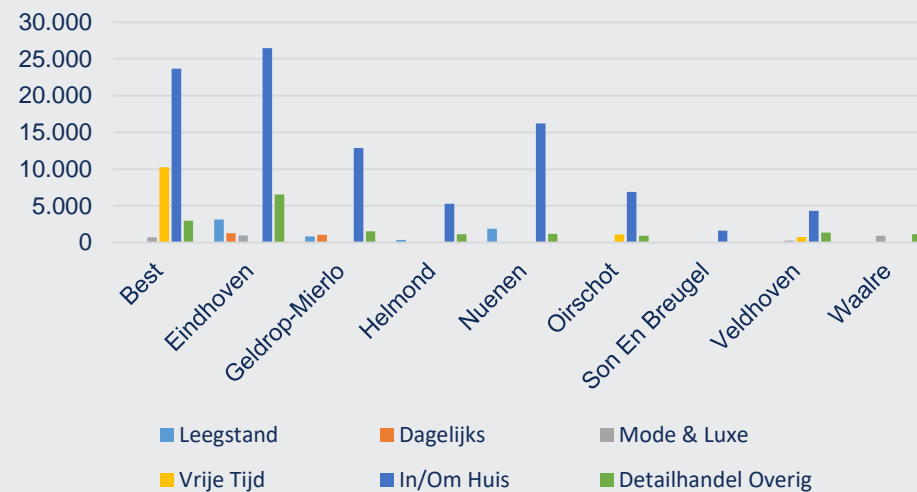
- Op de bedrijventerreinen is met name aanbod gevestigd in de categorie In/Om het Huis (**figuur 24**).
- Best heeft naast aanbod in de categorie In/Om het Huis ook aanbod in de categorie Vrije Tijd. Dit komt door de aanwezigheid van Decathlon en Coppens.
- Eindhoven heeft qua aanbod het hoogste aantal m<sup>2</sup> gevestigd op bedrijventerreinen. Bedrijventerreinen in Eindhoven waar aanbod gevestigd is zijn: bedrijventerrein Herzenbroeken, bedrijventerrein Geldropseweg, De Hurk, bedrijventerrein Rapenland en bedrijventerrein de Tempel.

Ontwikkeling verspreide bewinkeling

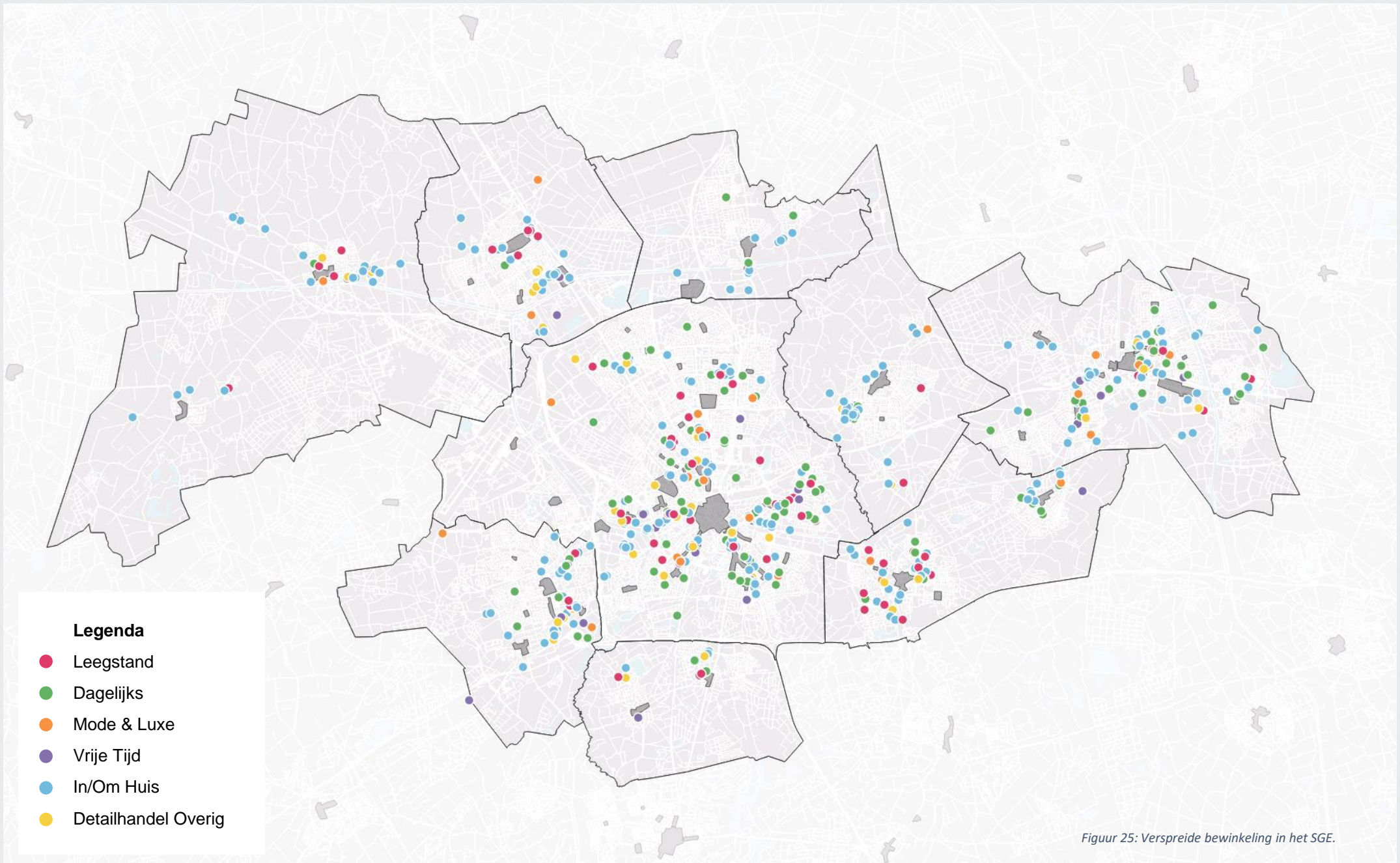


Figuur 23: Ontwikkeling van de verspreide bewinkeling per groep.

Aanbod op bedrijventerreinen



Figuur 24: Aanbod per gemeente op bedrijventerreinen.



Figuur 25: Verspreide bewinkeling in het SGE.

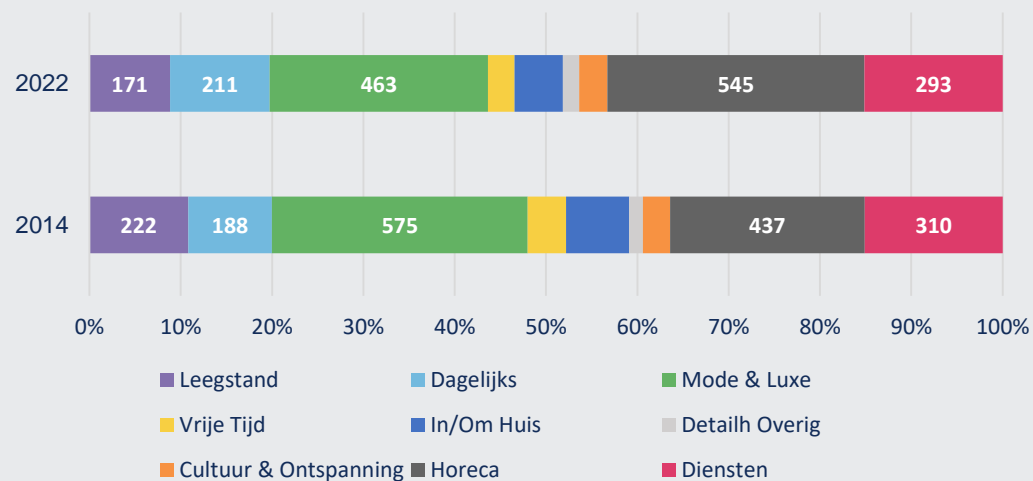


## 6. Functiemix centrale gebieden

De functiemix geeft inzicht in de diversiteit van de winkelgebieden, zie **figuur 26**. De functiemix is gebaseerd op het aantal zaken gelegen in de centrale winkelgebieden.

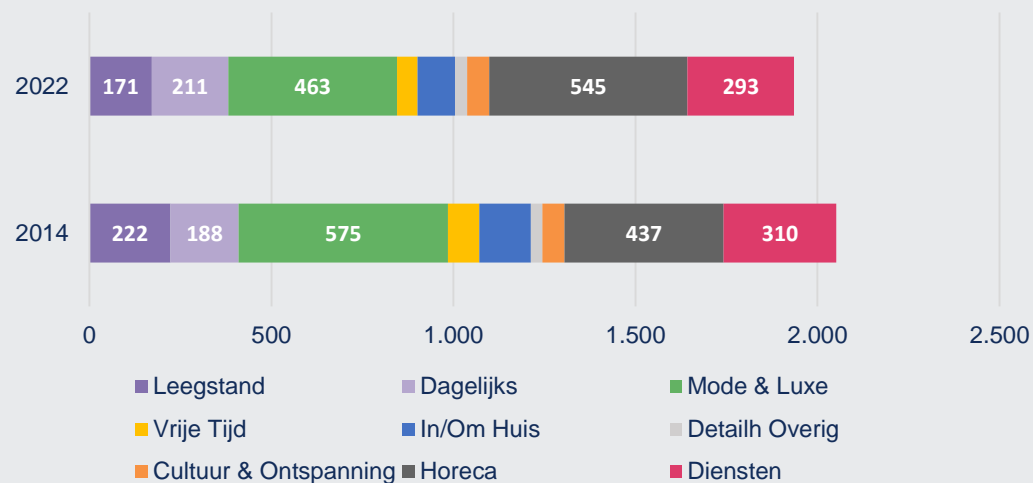
- Ten opzichte van 2014 is een afname zichtbaar van het aantal publieksfuncties in de centrale winkelgebieden.
- Het opvallendste in de ontwikkeling van de functiemix is de afname van het aantal Mode & Luxe verkooppunten en de toename van het aantal horeca verkooppunten.
- Ten opzichte van 2014 nam het aantal verkooppunten in de categorie Mode & Luxe af met 112. Het aantal horeca verkooppunten nam ten opzichte van 2014 toe met 17 zaken.

Functiemix publieksfuncties centrale winkelgebieden (aantal zaken)



Figuur 26: Functiemix centrale winkelgebieden 2014 – 2022 procentueel.

Functiemix publieksfuncties centrale winkelgebieden (aantal zaken)



Figuur 27: Functiemix centrale winkelgebieden 2014 – 2022 absoluut.

## 7. Huurprijzen

Op basis van de Winkelalmanak 2021 zijn de gemiddelde huurprijsniveaus voor Helmond en Eindhoven bekeken. Van de overige gemeenten is geen inzicht in de huurprijsontwikkelingen. In **figuur 28** is de ontwikkeling zichtbaar voor de periode 2016-2021.

- In Eindhoven bedraagt de mediaan huurprijs in het centrum € 687,5 per m<sup>2</sup>. In 2016 was dit nog € 787,5 per m<sup>2</sup>. Een afname van 13%.
- In Helmond bedraagt de mediaan huurprijs in het centrum € 175 per m<sup>2</sup>. In 2016 was dit nog € 375 per m<sup>2</sup>. Een afname van -53%.

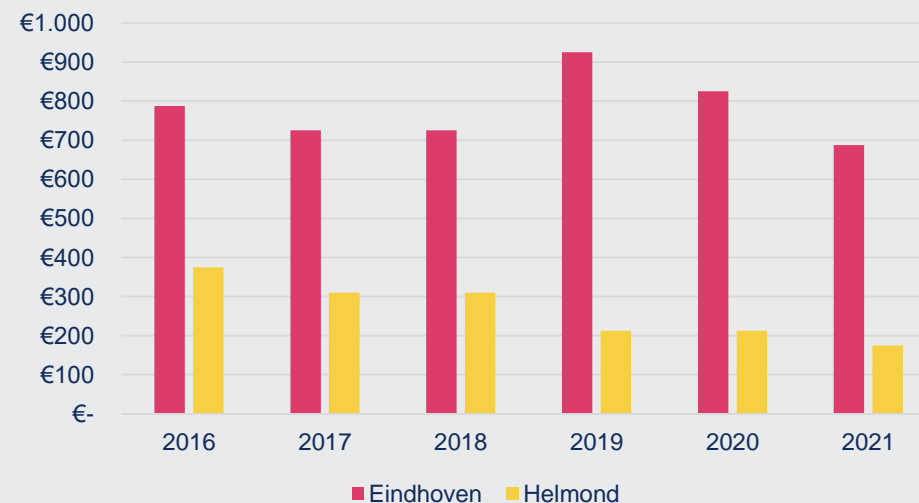
## 8. Ontwikkeling aanbod versus demografie

### Retail algemeen

De ontwikkeling van het aantal inwoners in het Stedelijk Gebied Eindhoven is afgezet tegen de ontwikkeling van het retail aanbod en de totale omzet van het retailaanbod (**figuur 29**). Voor het bepalen van de omzet is gebruik gemaakt van de gemiddelde omzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak uit de Omzetkengetallen notitie.

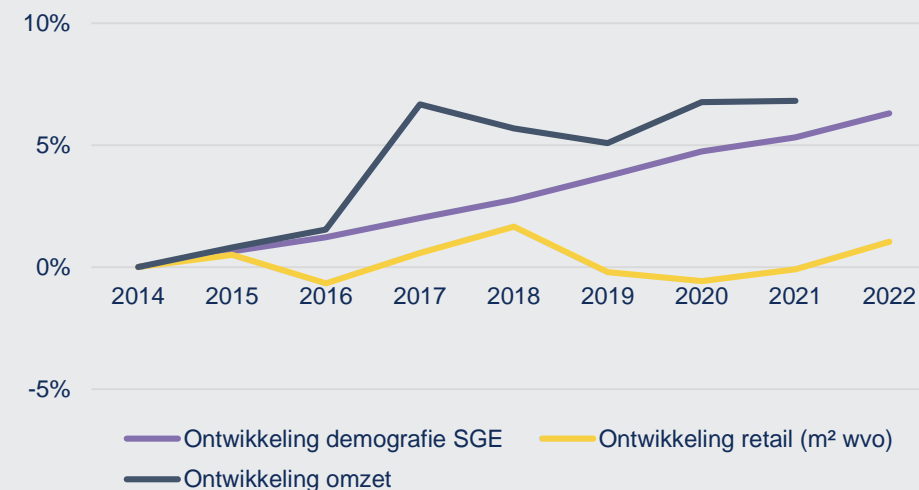
- In de jaren 2014 tot en met 2016 loopt de ontwikkeling van de bevolking gelijk aan de ontwikkeling van de omzet. Daarna stijgt de omzet van het retailaanbod fors en zwakt in de periode daarna weer iets af. Over het algemeen ligt de omzet van het retailaanbod hoger dan de ontwikkeling van de demografie.
- De bevolking is de afgelopen jaren harder gestegen dan de ontwikkeling van het retailaanbod. In de afgelopen jaren is er sprake van minder retailaanbod per inwoner.

Ontwikkeling mediaan huurprijzen



Figuur 28: Huurprijzen in euro per m<sup>2</sup> verhuurbaar oppervlak.

Ontwikkeling aanbod, omzet en demografie



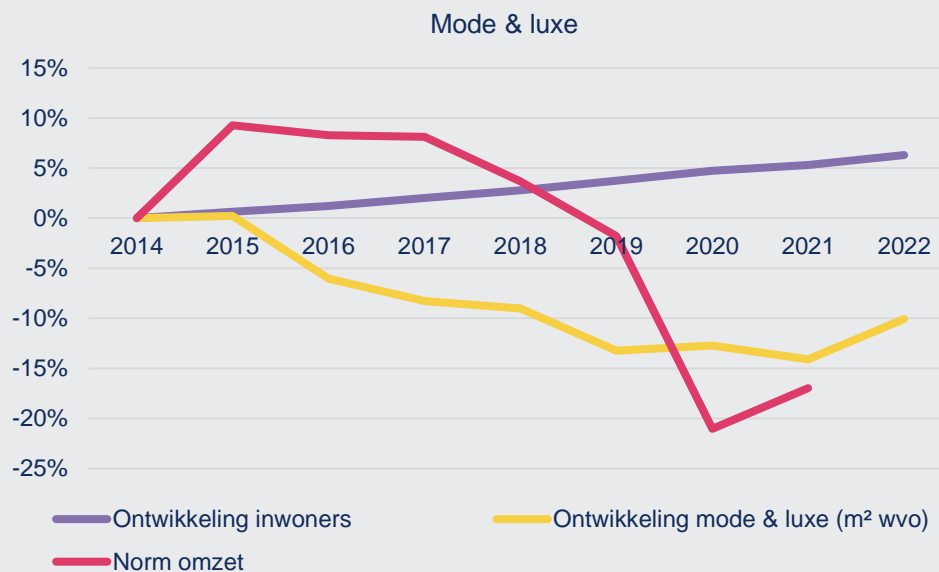
Figuur 29: Ontwikkeling van de demografie en het retail aanbod in het SGE.

**Mode & Luxe**

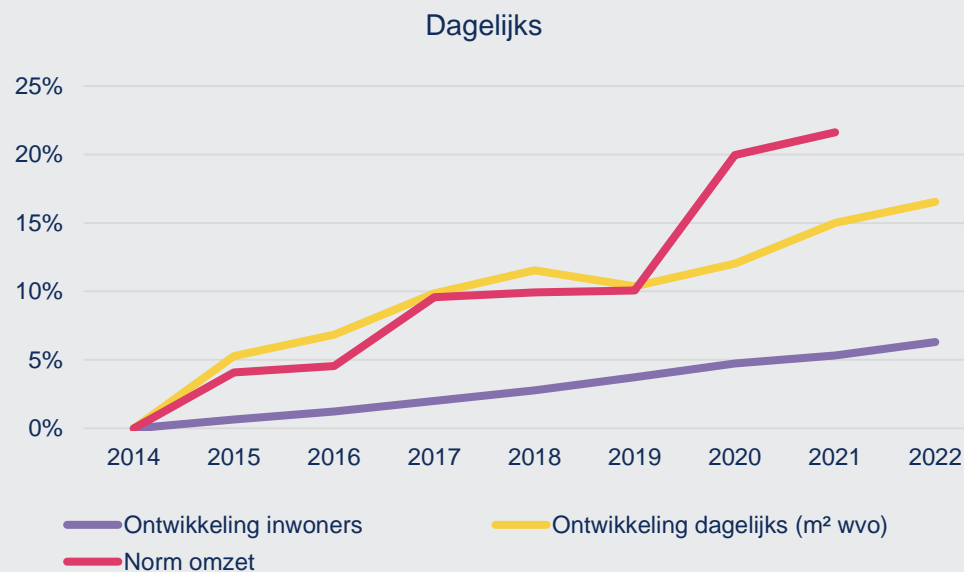
- Eerder in de aanbod analyse is zichtbaar dat het recreatief in bijna alle gemeenten in het SGE is gedaald. Mode & Luxe maakt onderdeel uit van het recreatieve aanbod. Zichtbaar is dat het totale aanbod is afgenomen, zie **figuur 30**.
- Ondanks een afname van het aanbod steeg de norm omzet. In 2021 is een lichte toename zichtbaar. Vraag en aanbod lopen voor de categorie Mode & Luxe sterk uiteen.

**Dagelijks**

- Tot aan 2019 steeg de norm omzet nagenoeg gelijk aan de ontwikkeling van het aanbod. Na 2019 steeg de norm omzet beduidend harder dan de ontwikkeling van het dagelijkse aanbod, zie **figuur 31**. Een verklaring hiervoor is de coronacrisis waardoor de supermarkten meer omzet draaide.



Figuur 30: Ontwikkeling van de demografie en het Mode & Luxe aanbod in het SGE.



Figuur 31: Ontwikkeling van de demografie en het dagelijks aanbod in het SGE.

## 9. Kwantitatieve behoefte

### 9.1 Behoeftedagelijkse artikelen

#### Toelichting berekening

- Er is een distributieve berekening voor het Stedelijk Gebied Eindhoven opgesteld (zie **tabel 1**). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod.
- De berekening is opgesteld voor de sector dagelijkse artikelen en voor de huidige situatie (2022) en de toekomstige verwachte situatie (2030). Deze circa 10 jaarstermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking.
- De berekening geeft enerzijds 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 perifere 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.
- 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.

#### Toelichting gehanteerde koopstromen

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het dagelijks aanbod in de regio 93% (incl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing op regionaal niveau bedraagt 5%.
- In de toekomst zal de binding wat gaan dalen als gevolg van meer online bestedingen. Tegelijkertijd zullen de bestedingen (incl. online) toenemen. Per saldo laten we de cijfers gelijk aan de huidige situatie.

### 9.2 Economisch functioneren dagelijks

#### Huidig en toekomstig functioneren

- Het dagelijks aanbod in het Stedelijk Gebied Eindhoven functioneert momenteel beneden het landelijk gemiddelde.
- Ondanks de bevolkingsgroei blijft de distributieve uitbreidingsruimte voor het gehele Stedelijk Gebied negatief.

	2022	2030
Aantal inwoners	526.651	584.100
Bestedingen per hoofd (€)	2.687	2.687
Totale bestedingspotentieel (in mln. €)	1.415,1	1.569,5
Koopkrachtbinding (%)	93%	93%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	1.316,1	1.459,6
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet (%)	5%	5%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (in mln. €)	69,3	76,8
Totale bestedingen / omzet (in mln. €)	1.385,4	1.536,4
Huidig winkelvloeroppervlak (m <sup>2</sup> wvo)	204.893	204.893
Haalbaar winkelvloeroppervlak (m <sup>2</sup> wvo)	177.100	196.400
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	7.823	7.823
Distributieve uitbreidingsruimte (m <sup>2</sup> wvo) afgerond	<b>Geen</b>	<b>Geen</b>

Tabel 1: Distributieve berekening dagelijkse artikelen.

### 9.3 Behoeftrecreatieve sector

#### Toelichting berekening

- Er is een distributieve berekening voor het Stedelijk Gebied Eindhoven opgesteld (zie tabel 2). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod.
- De berekening is opgesteld voor de sector recreatieve artikelen en voor de huidige situatie (2022) en de toekomstige verwachte situatie (2030). Deze circa 10 jaarstermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking.
- De berekening geeft enerzijds 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 perifere 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.
- 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.

#### Toelichting gehanteerde koopstromen

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het recreatieve aanbod in de regio 57% (incl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing op regionaal niveau bedraagt 26%.
- 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. Dit betekent dat rekening moet worden gehouden met een daling van de binding.
- Wij gaan uit van een daling van de binding met circa 10% tot 2030, conform de historische trend. Waarschijnlijk daalt het nog iets verder, maar ook de online bestedingen zullen nog stijgen. Per saldo is daardoor een daling van 10% realistisch.

### 9.4 Economisch functioneren recreatief

#### Huidig en toekomstig functioneren

- Het recreatief winkelaanbod functioneert momenteel onder gemiddeld. In de regio Stedelijk Gebied Eindhoven moet tot 2030 rekening gehouden worden met een daling van het recreatieve winkelaanbod met circa 30%.

	2022	2030
Aantal inwoners	526.651	584.100
Bestedingen per hoofd (€)	1.015	1.015
Totale bestedingspotentieel (in mln. €)	534,6	592,9
Koopkrachtbinding (%)	57%	47%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	304,7	278,6
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet (%)	26%	26%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (in mln. €)	107,1	97,9
Totale bestedingen / omzet (in mln. €)	411,7	376,5
Huidig winkelvloeroppervlak (m <sup>2</sup> wvo)	229.223	229.223
Haalbaar winkelvloeroppervlak (m <sup>2</sup> wvo)	175.250	160.250
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	2.350	2.350
Distributieve uitbreidingsruimte (m <sup>2</sup> wvo) afgerond	Geen	Geen

Tabel 2: Distributieve berekening recreatieve sector.

- In deze sector is sprake van een saneringsopgave. Het aanbod gaat nog verder krimpen, wat met name een effect heeft op het functioneren van de regionale hoofdcentra. Een deel van dit aanbod kan mogelijk worden ingevuld met andere voorzieningen, maar een groot ander deel zal getransformeerd moeten worden naar andere functies.

## 9.5 Behoeftedoelgerichte sector

### Toelichting berekening

- Er is een distributieve berekening voor het Stedelijk Gebied opgesteld (zie tabel 3). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod.
- De berekening is opgesteld voor de sector recreatieve artikelen en voor de huidige situatie (2021) en de toekomstige verwachte situatie (2030). Deze circa 10 jaar-stermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking.
- De berekening geeft enerzijds 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 perifere 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.
- 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.

### Toelichting gehanteerde koopstromen

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het doelgericht aanbod in de regio 73% (incl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing op regionaal niveau bedraagt 29%.
- 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.
- Wij gaan uit van een daling van de binding met circa 5% tot 2030. Dit kan worden beschouwd als een maximaal negatief scenario. De bestedingen houden wij gelijk om het effect maximaal door te rekenen. In de praktijk zal sprake zijn van een groei van de bestedingen.
- 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.

	2022	2030
Aantal inwoners	526.651	584.100
Bestedingen per hoofd (€)	1.190	1.190
Totale bestedingspotentieel (in mln. €)	626,7	695,1
Koopkrachtbinding (%)	73%	68%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	457,5	472,7
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet (%)	29%	29%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (in mln. €)	186,9	193,1
Totale bestedingen / omzet (in mln. €)	644,4	665,7
Huidig winkelvloeroppervlak (m <sup>2</sup> wvo)	520.802	520.802
Haalbaar winkelvloeroppervlak (m <sup>2</sup> wvo)	432.500	446.800
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m <sup>2</sup> wvo)	1.490	1.490
Distributieve uitbreidingsruimte (m <sup>2</sup> wvo) afgerond	Geen	Geen

Tabel 3: Distributieve berekening doelgerichte sector.

## 9.6 Economisch functioneren doelgerichte sector

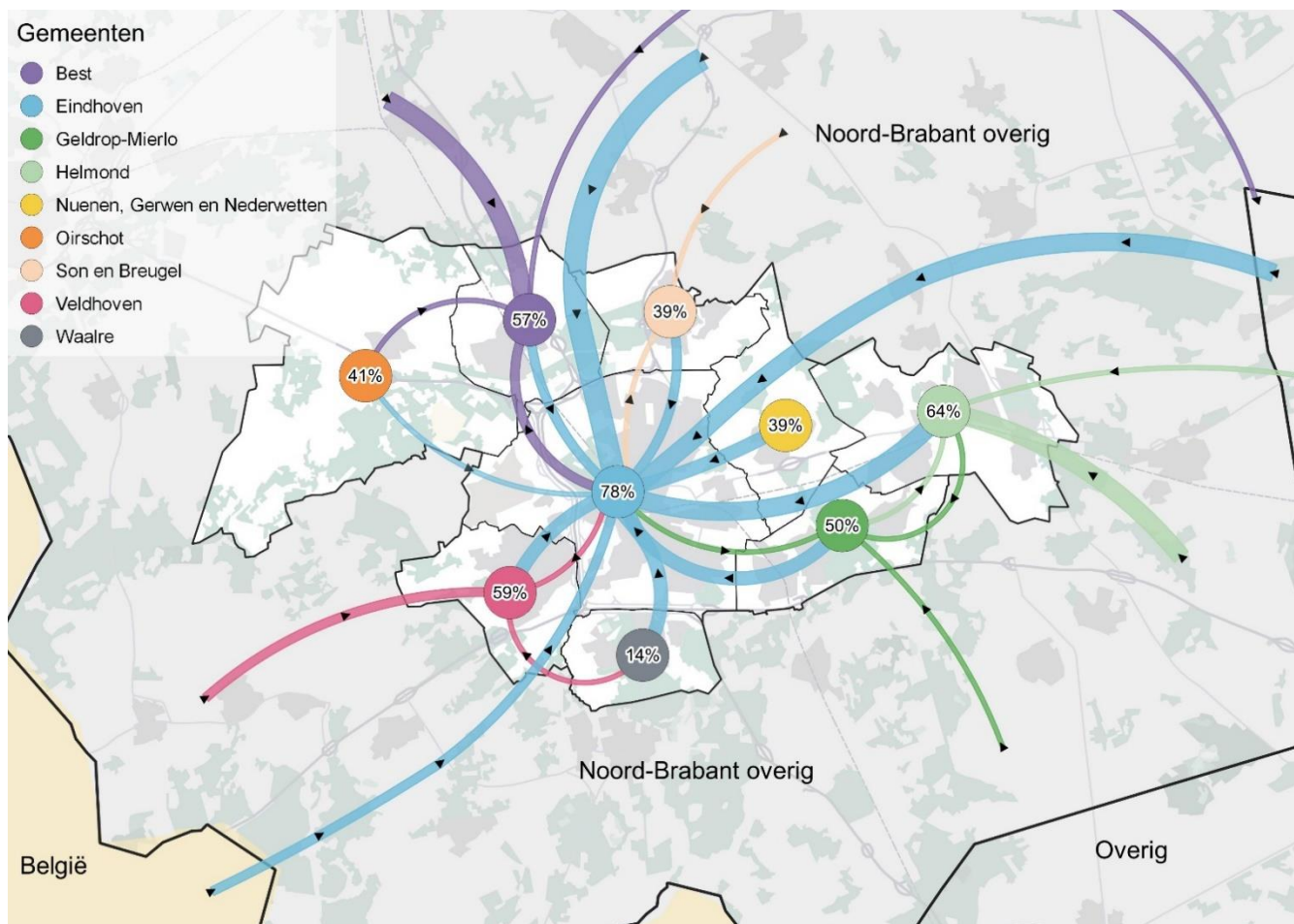
- Ondanks de ingecalculerde toename van online, blijft er in de doelgerichte sector sprake van relatief veel uitbreidingsruimte. Belangrijke nuance hierbij is dat dit sterk samenhangt met de conjunctuur en woningmarkt. Indien deze afkoelen, kan dat ook ten koste gaan van de kwantitatieve behoefte aan woonwinkels, doe-het-zelfzaken en tuincentra.
- Ook de macro-economische onzekerheid zorgt er voor dat de uitkomst van de berekening hoogst indicatief is. Dit betekent dat het op korte termijn niet verstandig is deze berekende uitbreidingsruimte in te zetten voor nieuw aanbod, tenzij dit een kwalitatieve meerwaarde heeft ten opzichte van het bestaande aanbod.



## 9.2 Recreatieve sector

In de overzichtskaart hiernaast is de binding en toevloeiing in de recreatieve sector per gemeente weergegeven. Het percentage in het 'bolletje' in de gemeente geeft de binding weer. Dit is het aandeel van het bestedingspotentieel van de inwoners dat wordt besteed in winkels binnen de gemeente (exclusief online). De 'lijntjes' geven het aandeel bestedingen uit andere gemeenten weer (toevloeiing) van de omzet in winkels in de gemeente. Koopstromen van beperkte waarde zijn omwille van de leesbaarheid niet weergegeven (minder dan € 2 mln.).

- Recreatieve winkelaankopen worden in sterke mate bij de grotere centra gedaan en via internet. Met name de invloed van het centrum van Eindhoven is duidelijk zichtbaar.
- Internet is over het algemeen de belangrijkste concurrent, maar deze invloed wisselt ook sterk per gemeente. In de gemeente Son en Breugel is de afvloeiing online in recreatieve aankopen het minst met 23%. In de gemeente Oirschot ligt het aandeel afvloeiing online het hoogst met 36%. In het Stedelijk Gebied Eindhoven ligt de gemiddelde online afvloeiing voor recreatief winkelaanbod op 33%.
- Ook is de invloed van grotere binnensteden in de buurt (Tilburg en 's-Hertogenbosch) is zichtbaar. Eindhoven blijft echter de belangrijkste stad voor aankopen in de recreatieve sector.

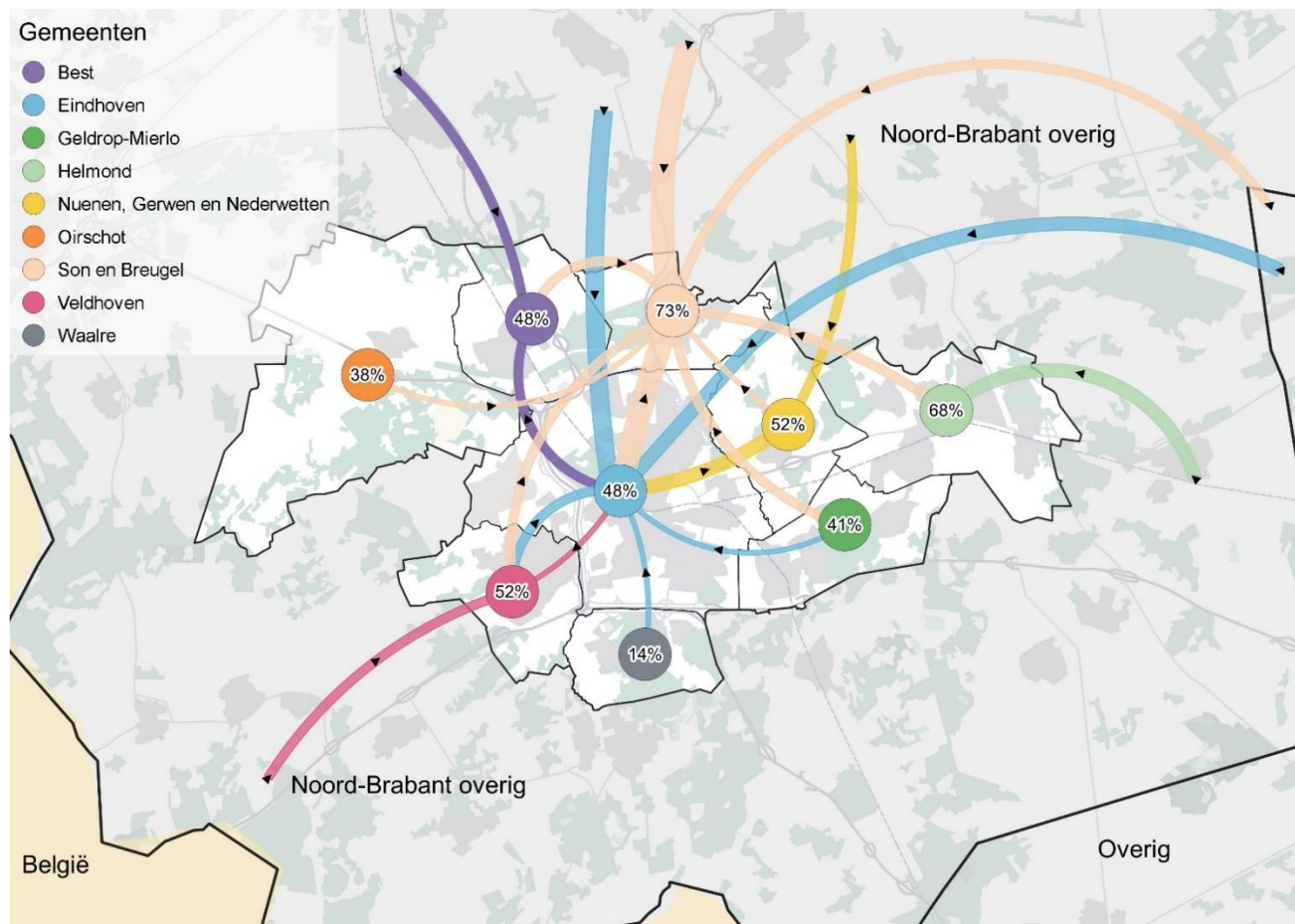




### 9.3 Doelgerichte sector

In de overzichtskaart hiernaast is de binding en toevloeiing in de doelgerichte sector per gemeente weergegeven. Het percentage in het 'bolletje' in de gemeente geeft de in de gemeente geeft de binding weer. Dit is het aandeel van het bestedingspotentieel van de inwoners dat wordt besteed in winkels binnen de gemeente (exclusief online). De 'lijntjes' geven het aandeel bestedingen uit andere gemeenten weer (toevloeiing) van de omzet in winkels in de gemeente. Koopstromen van beperkte waarde zijn omwille van de leesbaarheid niet weergegeven (minder dan € 6 mln.).

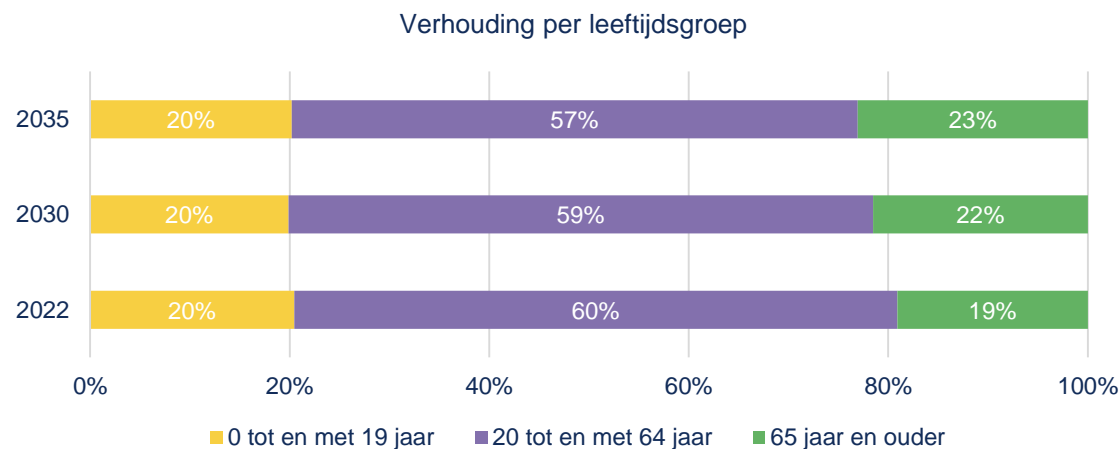
- Doelgerichte winkelaankopen worden in sterke mate bij de perifere concentraties gedaan en (nog) beperkt via internet. De invloed van Ekkersrijt (Son & Breugel) is duidelijk zichtbaar.
- Inwoners in de gemeente Nuenen doen de minste aankopen online (18%) en in de gemeente Waalre het meest (27%). In het Stedelijk Gebied Eindhoven ligt de gemiddelde online afvloeiing voor doelgericht winkelaanbod op 22%.



## 10. Ontwikkeling demografie

Voor de ontwikkeling van de bevolking is gekeken naar de meest recente bevolkingsprognoses van het CBS & PBL (2022).

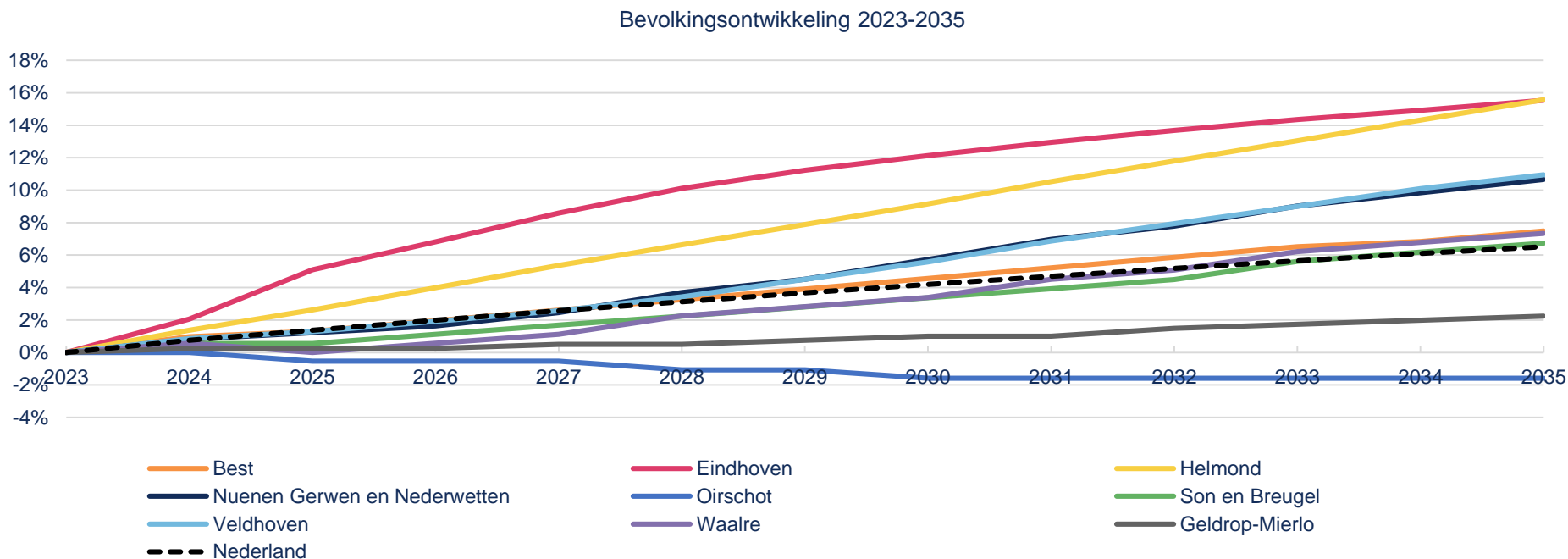
- In **tabel 4** zijn de toekomstige bevolkingsaantallen per gemeente weergegeven. De stijging van het aantal inwoners wordt met name veroorzaakt door natuurlijke aanwas en immigratie.
- In het Stedelijk Gebied stijgt de bevolking het snelst in de gemeenten Eindhoven (+14%) en Helmond (+11%), zie **figuur 33**.
- Alleen de gemeenten Oirschot, Geldrop-Mierlo, Son en Breugel en Waalre groeien procentueel gezien minder dan het landelijk gemiddelde.
- Met name het aandeel ouderen neemt fors toe. In 2030 is het aantal ouderen in het Stedelijk Gebied Eindhoven met 27% toegenomen ten opzichte van 2022, zie **figuur 32**.



Figuur 32: Verhouding per leeftijdsgroep.

Gemeente	Inwoners 2022 (CBS) x1.000	Inwoners 2025 CBS/PBL) x1.000	Inwoners 2030 (CBS/PBL) x1.000	Inwoners 2030 (Provincie) x1.000	Inwoners 2035 (CBS/PBL) x1.000
Best	30,6	31,1	32,1	32,1	33,0
Eindhoven	238,3	255,7	272,8	264,6	281,1
Helmond	93,5	97,5	103,7	99,0	109,8
Nuenen	23,8	24,7	25,8	24,2	27,0
Oirschot	19,1	18,8	18,6	19,0	18,6
Son en Breugel	17,8	17,9	18,4	17,8	19,0
Veldhoven	45,9	47,2	49,2	47,3	51,7
Waalre	17,6	17,7	18,3	18,1	19,0
Geldrop-Mierlo	40,1	40,2	40,5	41,1	41,0
<b>Totaal SGE</b>	<b>526,7</b>	<b>550,8</b>	<b>579,4</b>	<b>563,2</b>	<b>600,2</b>

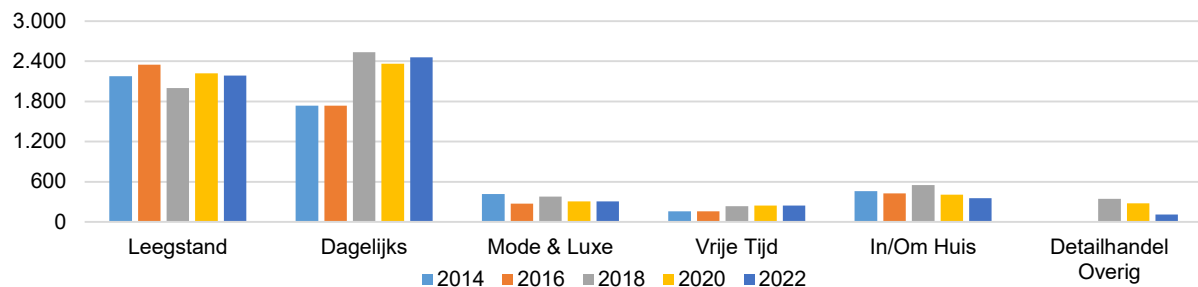
Tabel 4: Bevolkingsprognose per gemeente.



Figuur 33: Procentuele toename van de bevolking per gemeente.

## **Bijlage 3 - Uitwerking factsheets**

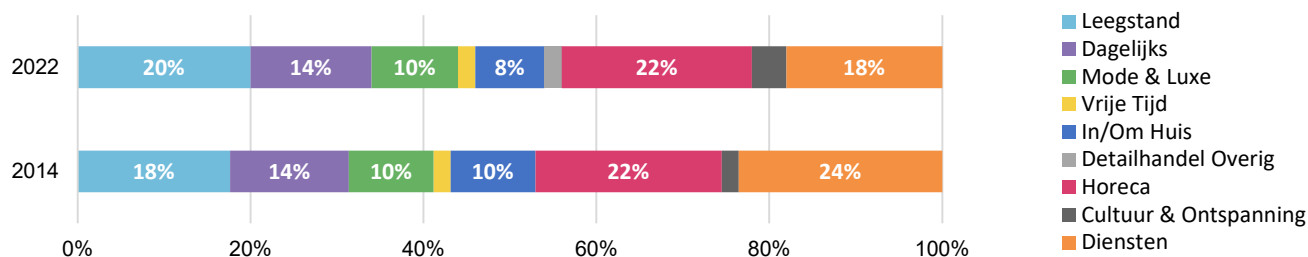
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	<b>6,7</b>
Sfeer en uitstraling	<b>6,2</b>
Veiligheid	<b>7,9</b>
Netheid	<b>7,7</b>
Faciliteiten	<b>5,0</b>

### Funciemix (op basis van VKP)



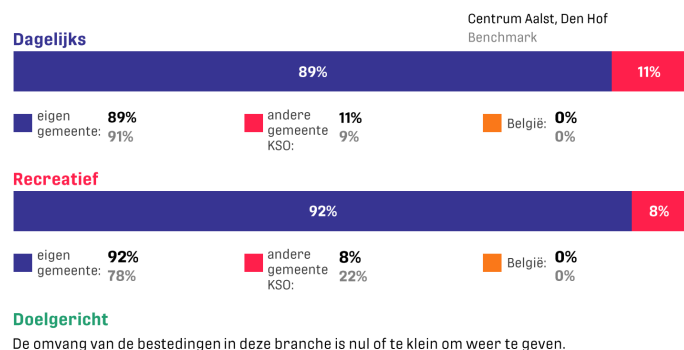
### Leegstand



**10** panden, **2.184** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **20,0%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **29,5%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**29%**

### Gemiddelde pandgrootte

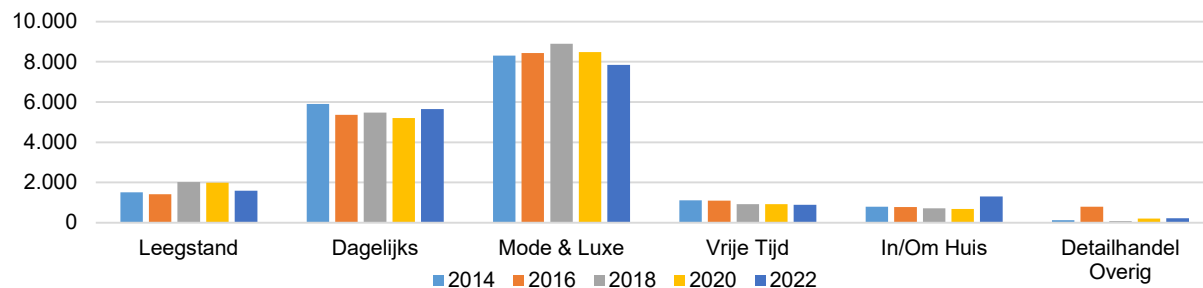
**202** m² vvo

De cijfers uit Locatus wijken af van de **lokale realiteit**. Op basis van de reeds bekende plannen staan slechts **drie panden** leeg in het centrum van Aalst. De overige leegstaande panden zijn reeds (her)ingevuld of zijn plannen voor woningbouw of zelfs sloop. Hiermee is de leegstand fors verbeterd.

### Conclusies

- Funciemix is nagenoeg gelijk gebleven. Aandeel diensten is wel afgenomen, cultuur & ontspanning en detailhandel overig nam iets toe.

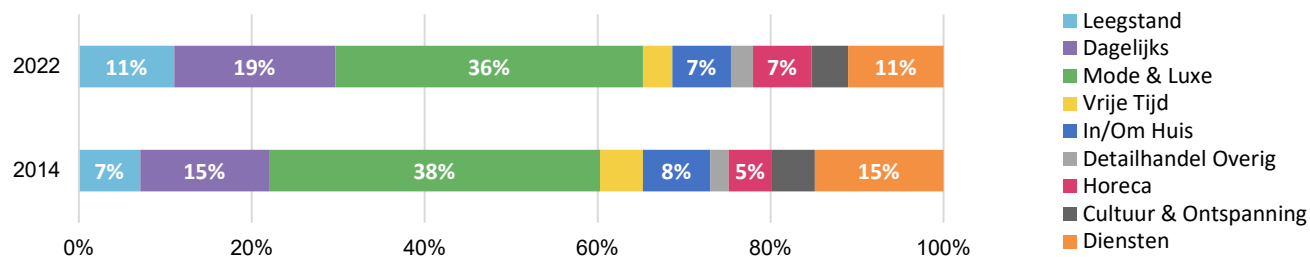
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,5
Sfeer en uitstraling	7,1
Veiligheid	7,8
Netheid	7,7
Faciliteiten	6,0

### Funciemix (op basis van VKP)



### Leegstand

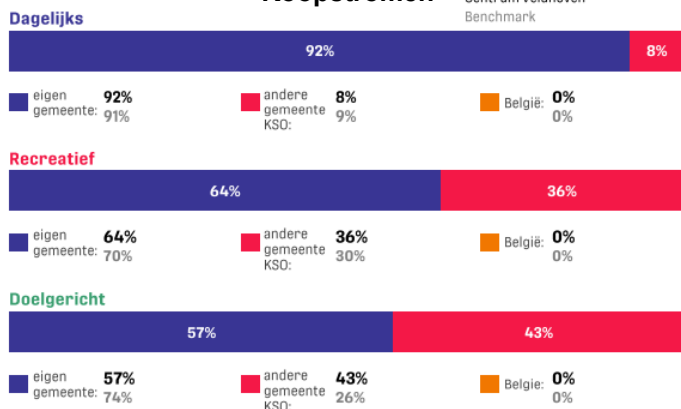


**13** panden, **1.591** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **11,0%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **7,6%**

### Koopstromen

Centrum Veldhoven  
Benchmark



### Filialiseringsgraad

**59%**

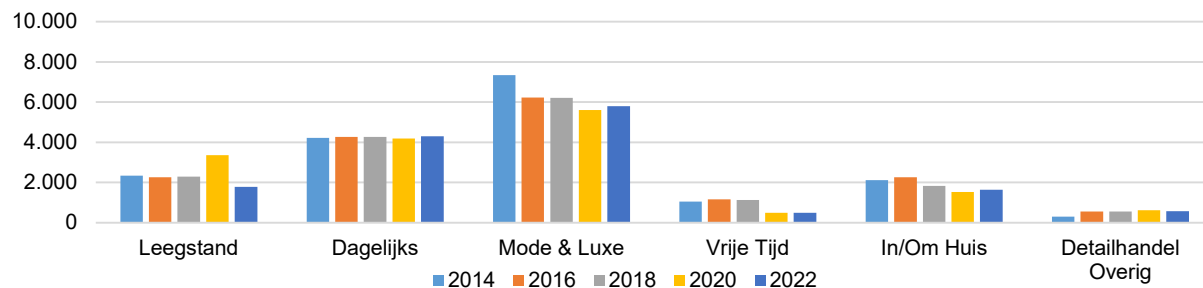
### Gemiddelde pandgrootte

**190** m² vvo

### Conclusies

- Aantal verkooppunten is afgenomen. Van 141 in 2014 naar 118 in 2022.
- Goede scores op basis van het KSO.
- Horeca aanbod blijft stabiel.
- Leegstand (in m2 vvo) nagenoeg gelijk aan 2014/2016.

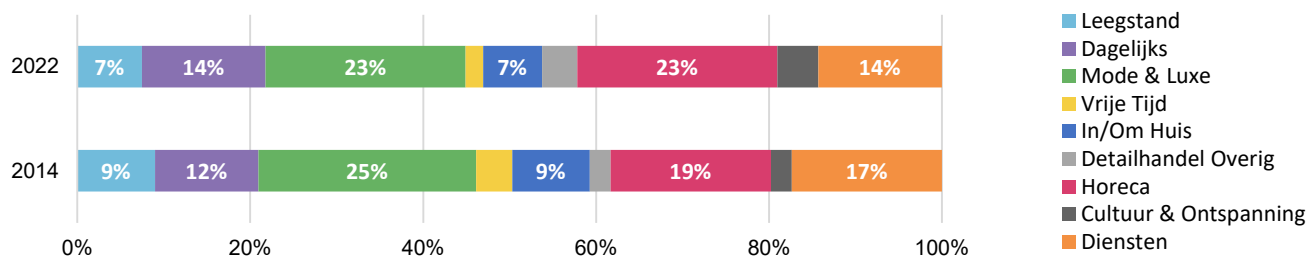
### Ontwikkeling aanbod (m² wvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,2
Sfeer en uitstraling	7,4
Veiligheid	7,7
Netheid	7,7
Faciliteiten	5,0

### Funciemix (op basis van VKP)



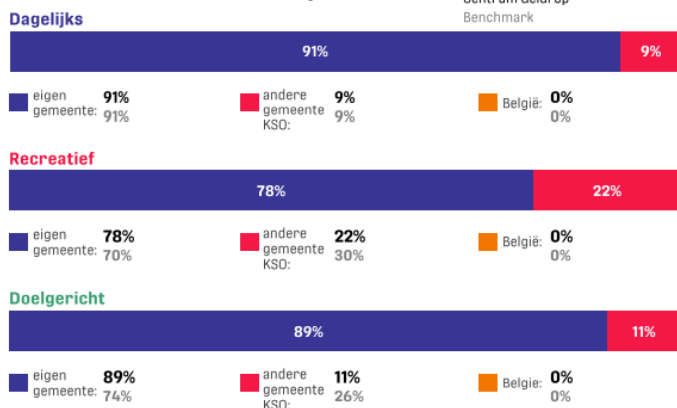
### Leegstand



**11** panden, **1.766** m² wvo

Leegstand % o.b.v. panden: **7,5%**  
 Leegstand % o.b.v. m² wvo: **8,8%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**41%**

### Gemiddelde pandgrootte

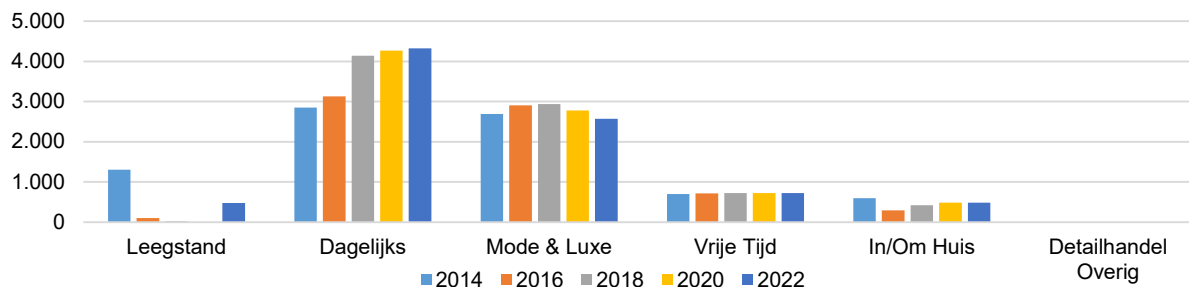
**171** m² wvo

### Conclusies

- Leegstand (in omvang) in het centrum van Geldrop is afgenomen.
- Funciemix is nagenoeg gelijk gebleven.
- Goede scores in het KSO.
- Aantal verkooppunten neemt licht af. Van 167 in 2014 naar 147.
- Horeca aanbod neemt beperkt toe. +3



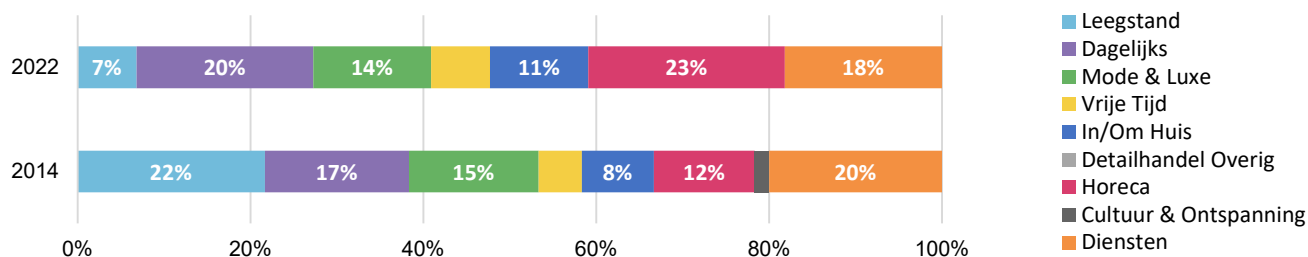
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,9
Sfeer en uitstraling	7,7
Veiligheid	7,9
Netheid	8,0
Faciliteiten	5,9

### Funciemix (op basis van VKP)



### Leegstand

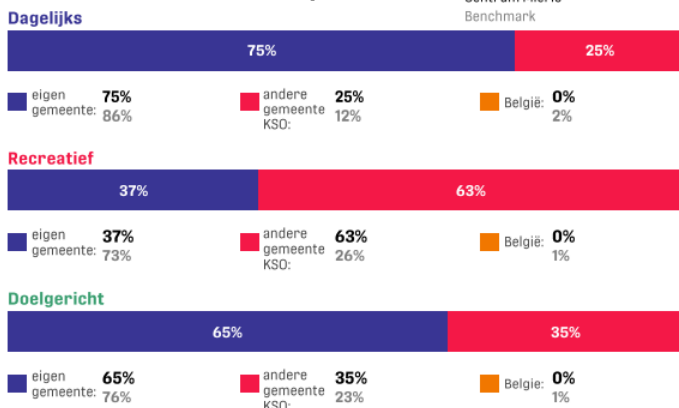


**3** panden, **481** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **6,8%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **4,9%**

### Koopstromen

Centrum Mierlo  
Benchmark



### Filialiseringsgraad

**42%**

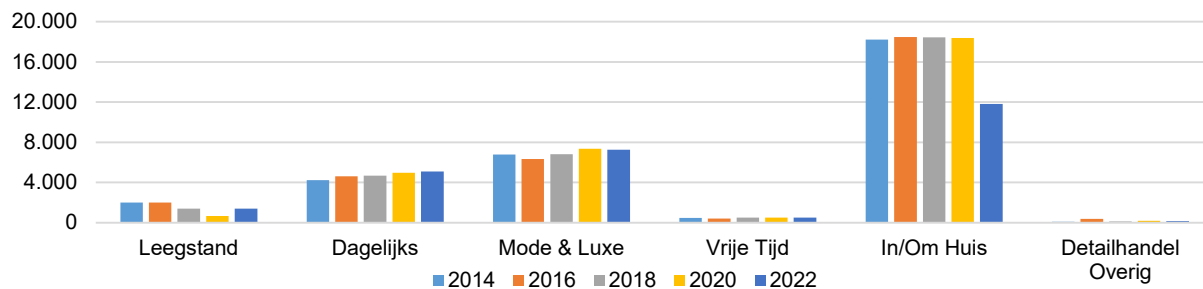
### Gemiddelde pandgrootte

**330** m² vvo

### Conclusies

- Goede scores in het KSO.
- Dagelijks aanbod is toegenomen, komt Albert Heijn.
- Leegstand is beperkt.
- Mode & luxe neemt licht af.
- Aantal verkooppunten afgenomen van 60 naar 44 in 2022.

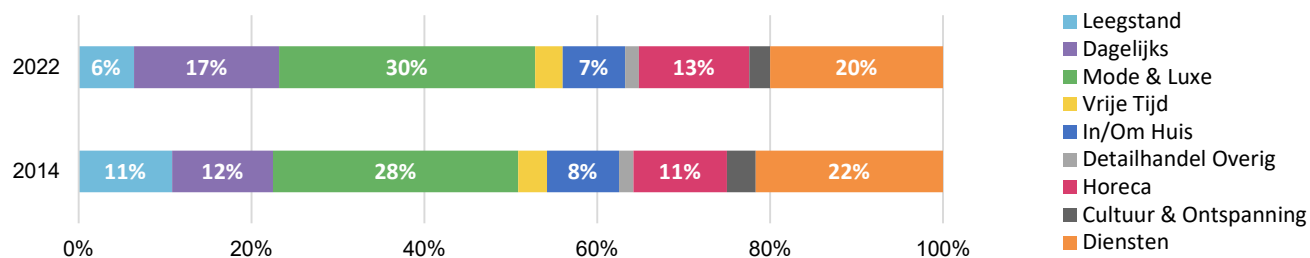
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,6
Sfeer en uitstraling	7,5
Veiligheid	7,7
Netheid	7,8
Faciliteiten	5,4

### Funciemix (op basis van VKP)



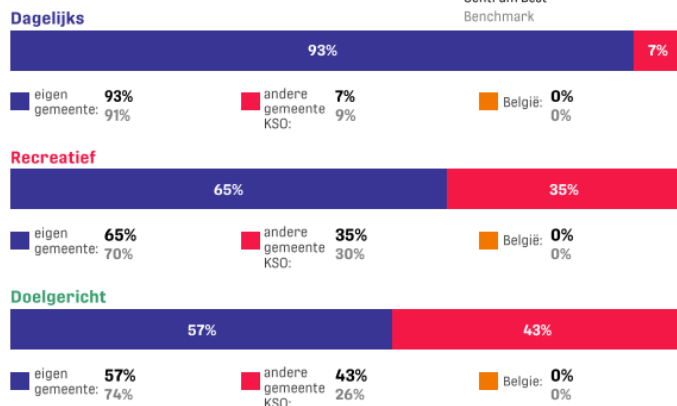
### Leegstand



**8** panden, **1.388** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **6,4%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **4,5%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**47%**

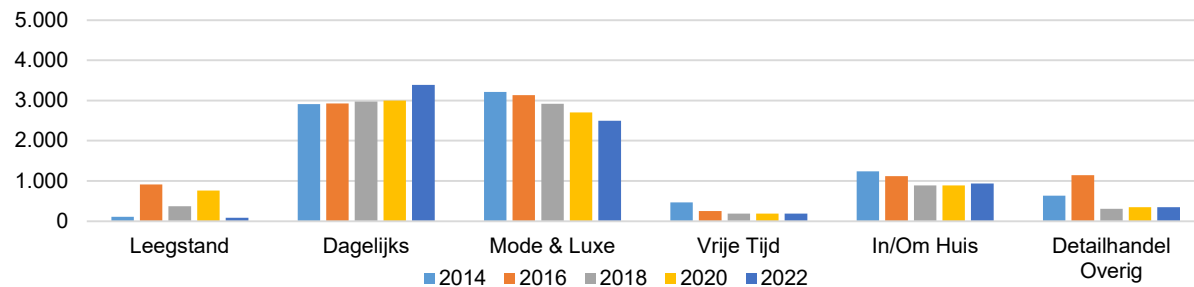
### Gemiddelde pandgrootte

**324** m² vvo

### Conclusies

- Funciemix nagenoeg gelijk gebleven.
- Goede score op basis van het KSO.

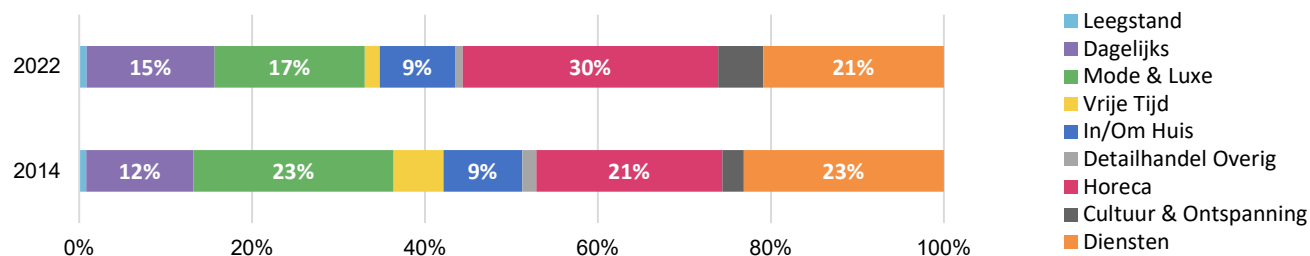
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,6
Sfeer en uitstraling	7,3
Veiligheid	7,7
Netheid	7,7
Faciliteiten	5,5

### Functiemix (op basis van VKP)



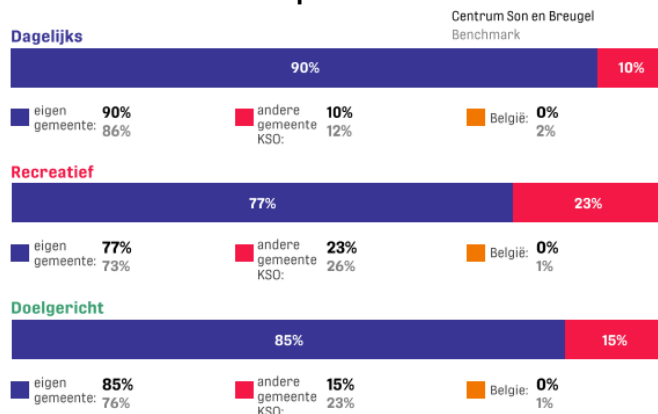
### Leegstand



**1** panden, **80** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **0,90%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **0,70%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**34%**

### Gemiddelde pandgrootte

**169** m² vvo

### Conclusies

- Leegstand in het centrum is zeer beperkt. Slechts één pand.
- Toename dagelijks wordt veroorzaakt door uitbreiding Aldi.
- Totaal aantal verkooppunten nam iets af ten opzichte van 2014 (-6).
- Horeca aanbod nam toe. Van 26 panden in 2014 naar 34 in 2022.

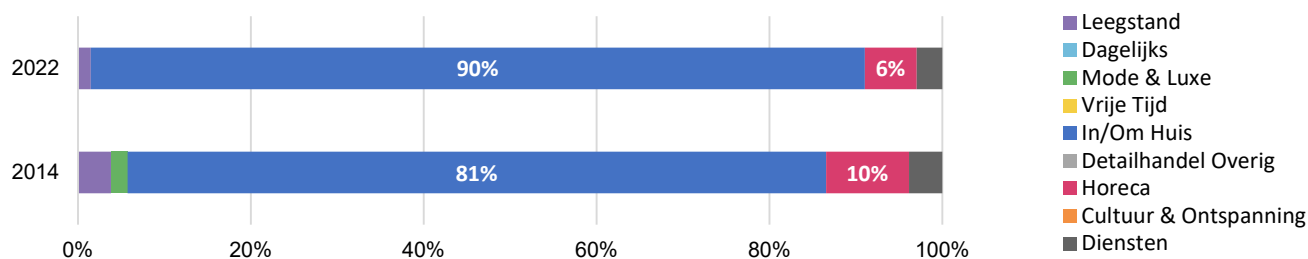
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	<b>8,1</b>
Sfeer en uitstraling	<b>7,1</b>
Veiligheid	<b>7,5</b>
Netheid	<b>7,6</b>
Faciliteiten	<b>6,5</b>

### Functiemix (op basis van VKP)



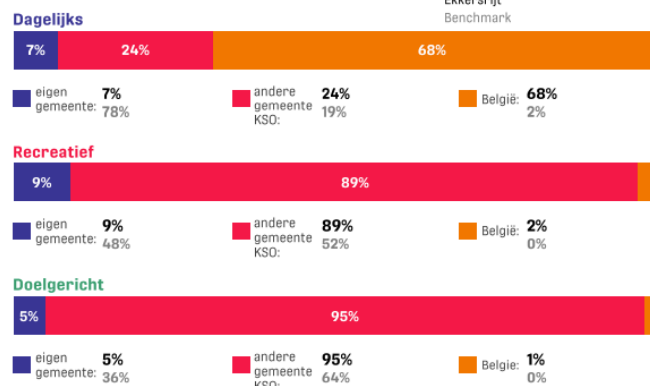
### Leegstand



**1** pand, **350** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **1,5%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **0,3%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**77%**

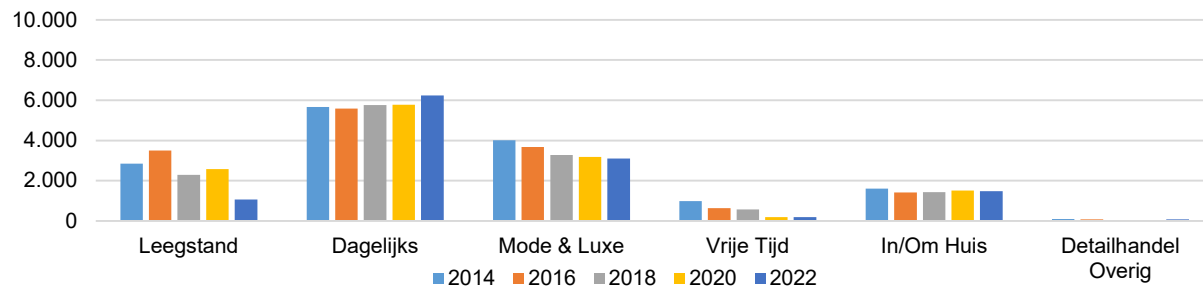
### Gemiddelde pandgrootte

**1.939** m² vvo

### Conclusies

- Leegstand is zeer beperkt. Slechts één pand.
- Grote regionale functie. Blijkt onder andere uit de koopstromen.

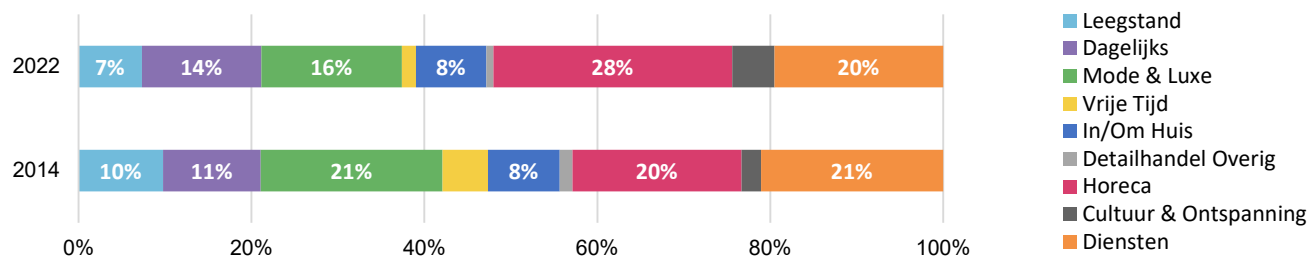
### Ontwikkeling aanbod (m² wvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,8
Sfeer en uitstraling	7,8
Veiligheid	8,0
Netheid	8,0
Faciliteiten	6,0

### Functiemix (op basis van VKP)



### Leegstand

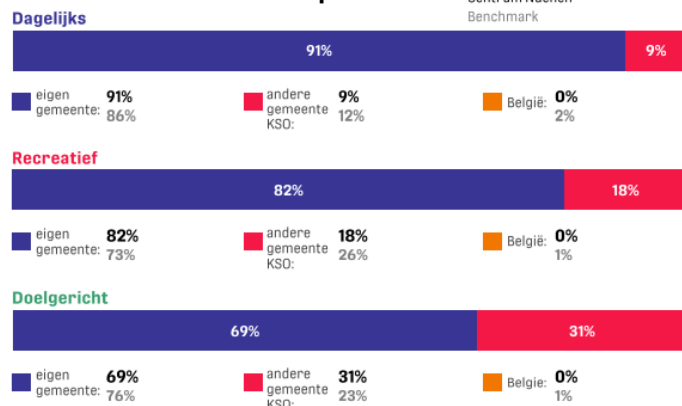


**9** panden, **1.061** m² wvo

Leegstand % o.b.v. panden: **7,3%**  
 Leegstand % o.b.v. m² wvo: **6,2%**

### Koopstromen

Centrum Nuenen  
Benchmark



### Filialiseringsgraad

**36%**

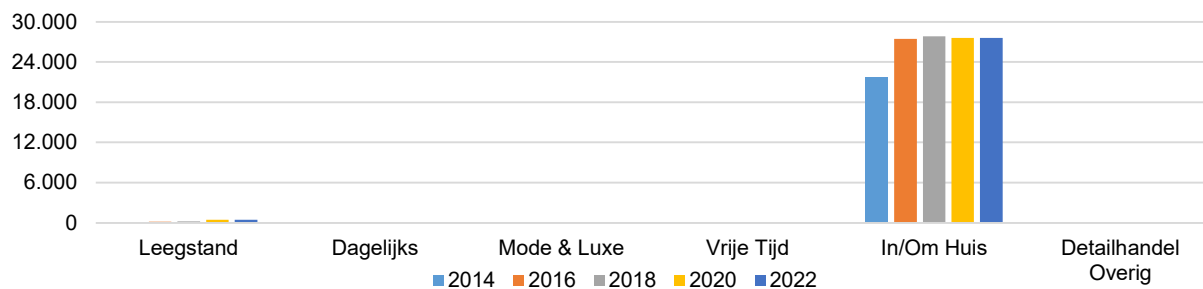
### Gemiddelde pandgrootte

**206** m² wvo

### Conclusies

- Leegstand in omvang over de jaren heen is afgenomen.
- Leegstand ligt rond Nederlands gemiddelde.
- Aanbod dagelijks licht toegenomen.
- Het centrum van Nuenen scoort goed in het KSO op verschillende punten.

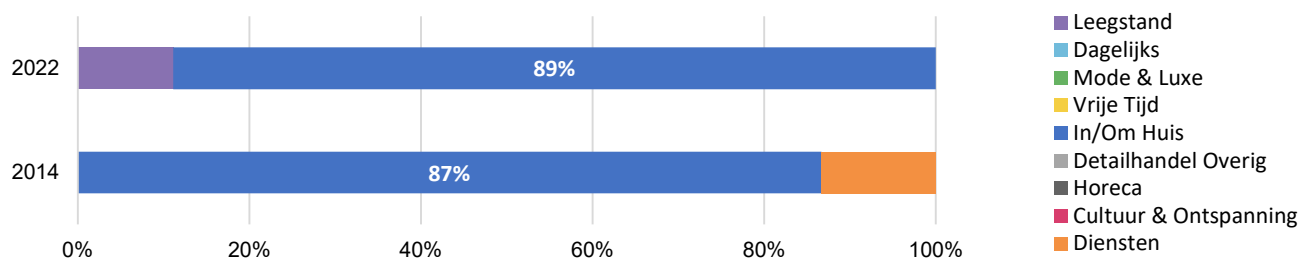
### Ontwikkeling aanbod (m² wvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	<b>7,6</b>
Sfeer en uitstraling	<b>6,0</b>
Veiligheid	<b>7,1</b>
Netheid	<b>7,0</b>
Faciliteiten	<b>4,7</b>

### Funciemix (op basis van VKP)



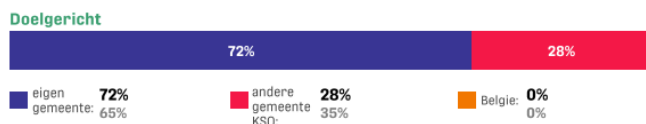
### Leegstand



**2** panden, **440** m² wvo

Leegstand % o.b.v. panden:	<b>11,1%</b>
Leegstand % o.b.v. m² wvo:	<b>1,6%</b>

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**61%**

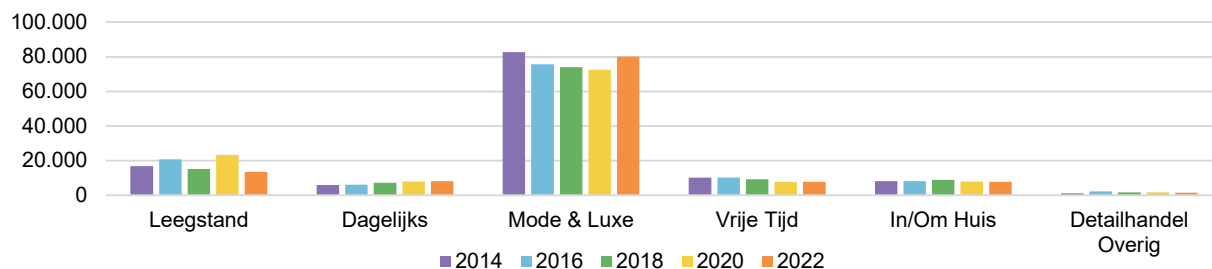
### Gemiddelde pandgrootte

**1.558** m² wvo

### Conclusies

- Aanbod In/Om Huis blijft stabiel.

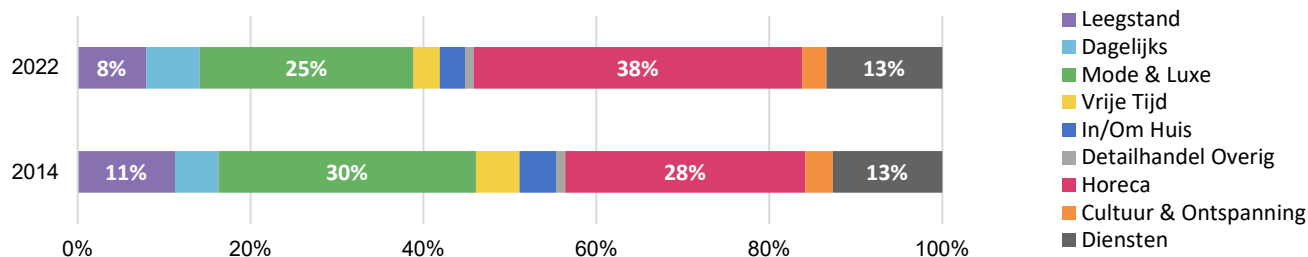
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	<b>8,0</b>
Sfeer en uitstraling	<b>7,5</b>
Veiligheid	<b>7,5</b>
Netheid	<b>7,3</b>
Faciliteiten	<b>6,1</b>

### Funciemix (op basis van VKP)



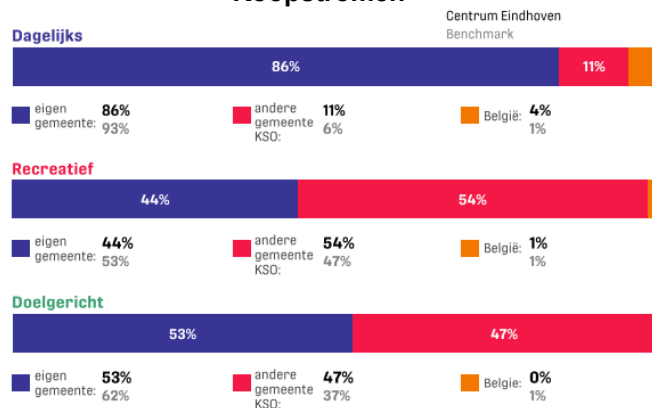
### Leegstand



**65** panden, **13.520** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **7,9%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **7,9%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**46%**

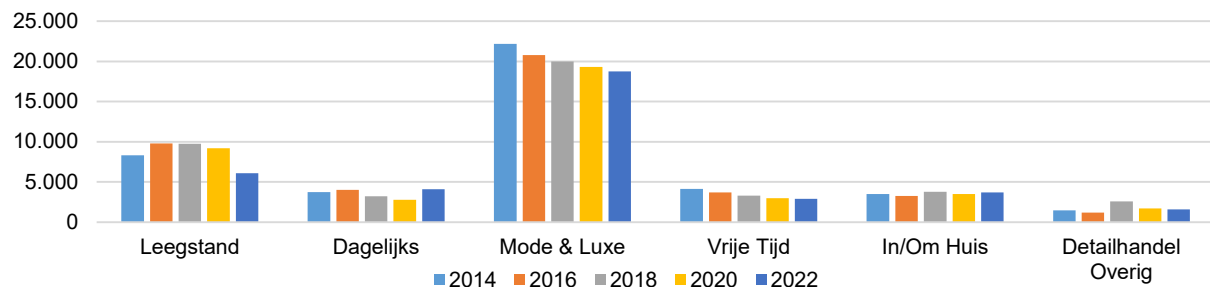
### Gemiddelde pandgrootte

**316** m² vvo

### Conclusies

- Funciemix is verschoven. De leegstand en het aantal Mode & Luxe verkooppunten zijn afgenomen. Het aantal horeca verkooppunten nam toe.
- Dagelijks aanbod is toegenomen, onder andere door kleine supermarkten.
- Aanbod Mode & Luxe is in 2022 toegenomen. O.a. veroorzaakt door invulling oude V&D pand (Costes).

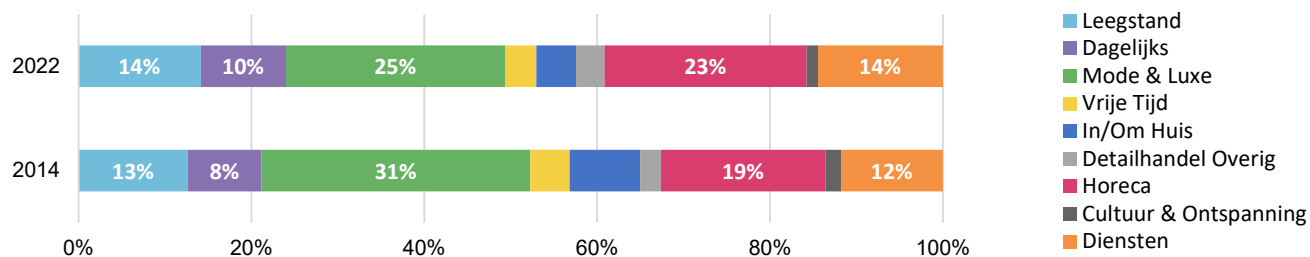
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,2
Sfeer en uitstraling	7,2
Veiligheid	7,4
Netheid	7,4
Faciliteiten	5,7

### Funciemix (op basis van VKP)



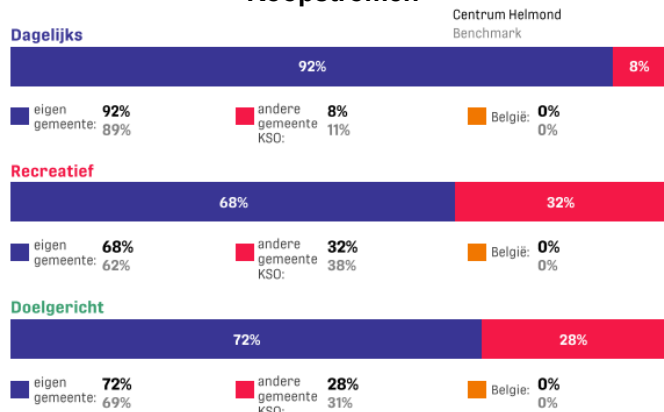
### Leegstand



**43** panden, **6.075** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **14,1%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **12,2%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**39%**

### Gemiddelde pandgrootte

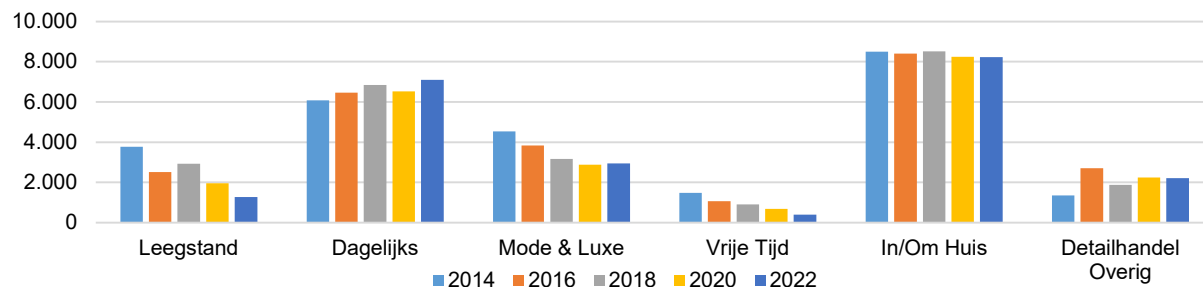
**201** m² vvo

### Conclusies

- Ten opzichte van 2014 is de leegstand in het centrum van Helmond afgenomen.
- Funciemix: aanbod Mode & Luxe neemt af, horeca aanbod neemt toe.
- Leegstand ligt boven Nederlands gemiddelde.



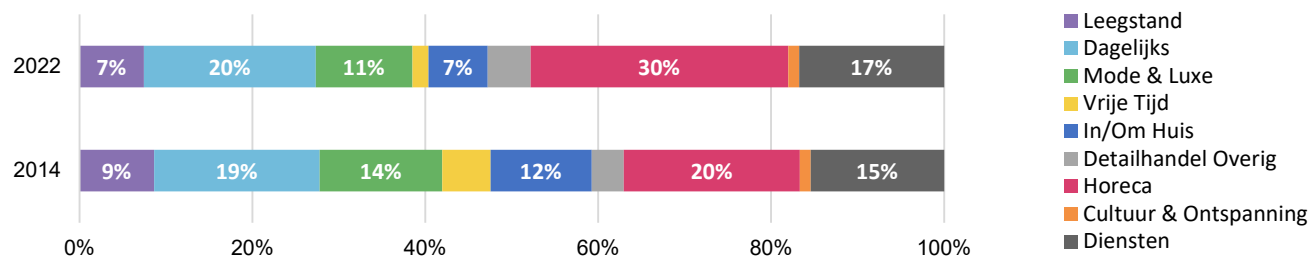
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,1
Sfeer en uitstraling	5,9
Veiligheid	5,5
Netheid	5,6
Faciliteiten	4,1

### Funciemix (op basis van VKP)



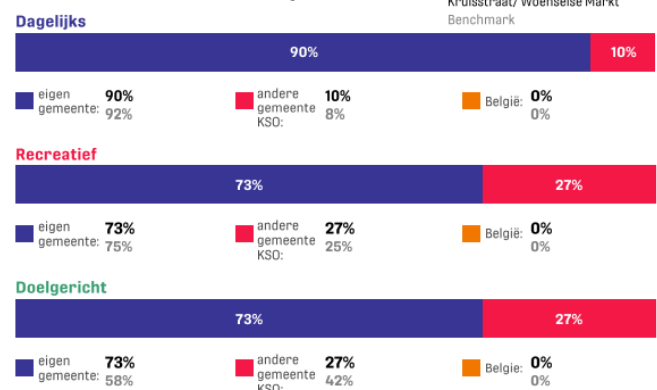
### Leegstand



**12** panden, **1.266** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **7,5%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **4,4%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**19%**

### Gemiddelde pandgrootte

**246** m² vvo

### Conclusies

- In de funciemix zijn enkele verschuivingen zichtbaar. Aanbod Mode & Luxe neemt af, horeca aanbod neemt toe.
- Leegstand ten opzichte van 2014 is fors afgenomen.
- Aanbod Mode & Luxe is en de loop der jaren afgenomen, o.a. door vertrek van Schoenenreus & Blokker. Totale omvang van het dagelijks aanbod neemt toe.

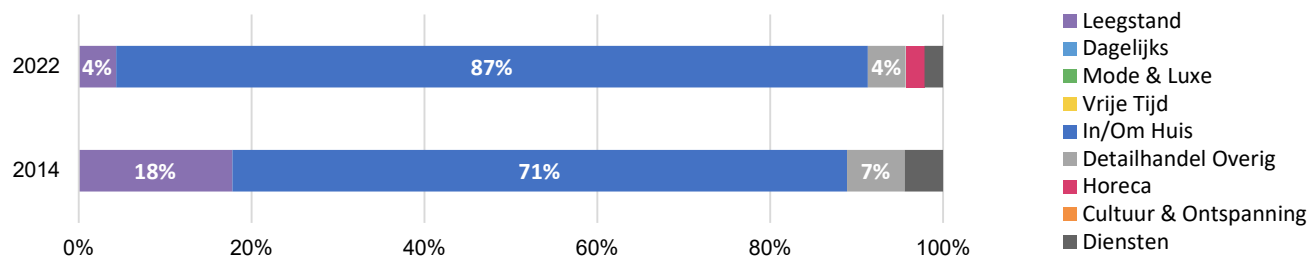
### Ontwikkeling aanbod (m² wvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,8
Sfeer en uitstraling	6,4
Veiligheid	7,2
Netheid	7,0
Faciliteiten	5,0

### Funciemix (op basis van VKP)



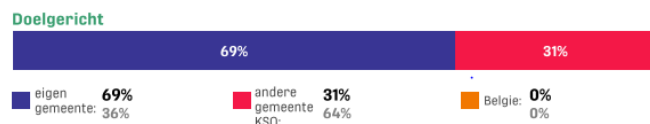
### Leegstand



2 panden, **815** m² wvo

Leegstand % o.b.v. panden: **4,3%**  
 Leegstand % o.b.v. m² wvo: **1,7%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**45%**

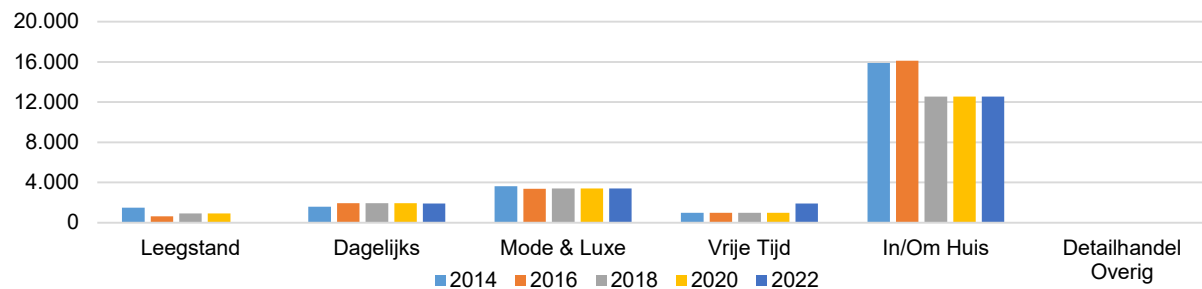
### Gemiddelde pandgrootte

**1.067** m² wvo

### Conclusies

- Ten opzicht van 2020 is een stijging zichtbaar in het aanbod In/Om het Huis. Deze stijging zit hem met name in de komst van o.a. House of Dutchz (+4.000 m² wvo) en INHOUSE (+1.633 m² wvo).
- De leegstand (in m² wvo) ten opzichte van 2014 is fors afgenomen (-88%).

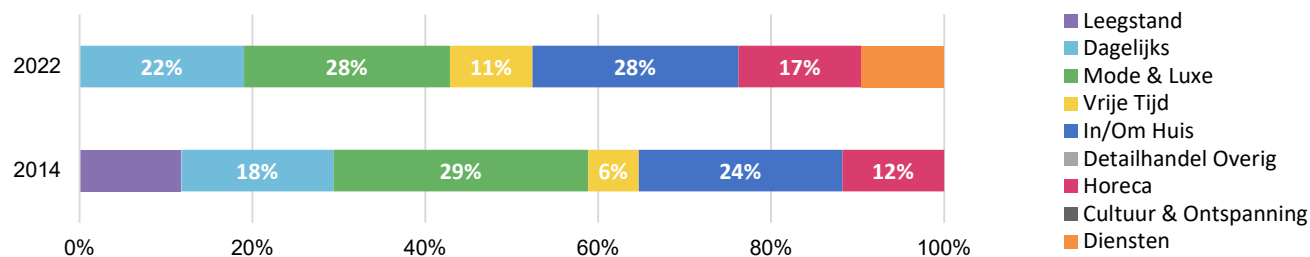
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,1
Sfeer en uitstraling	5,8
Veiligheid	6,6
Netheid	6,4
Faciliteiten	5,1

### Funciemix (op basis van VKP)



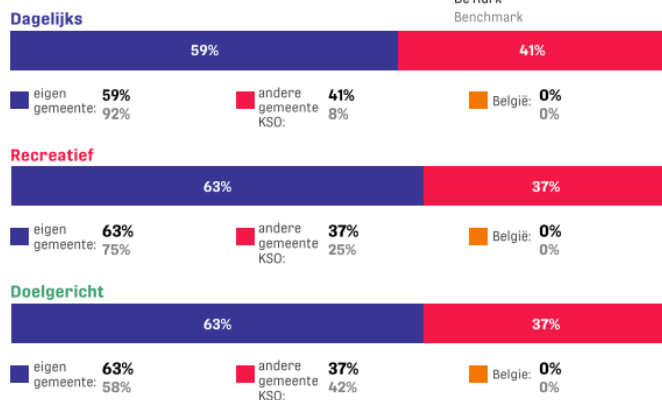
### Leegstand



0 panden, 0 m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: 0%  
Leegstand % o.b.v. m² vvo: 0%

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

88%

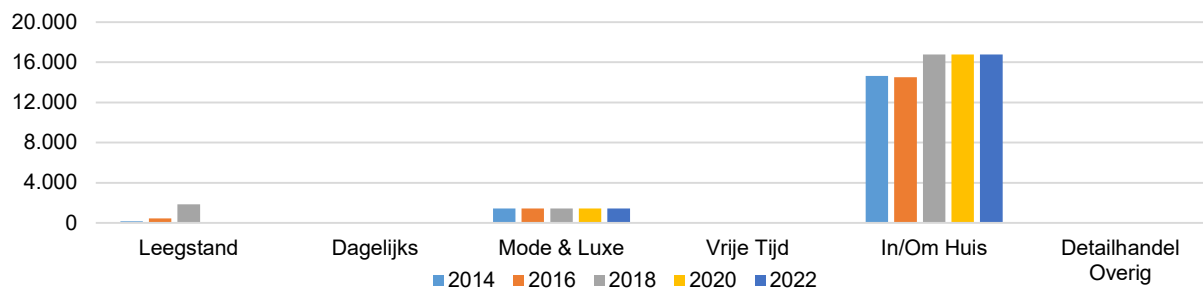
### Gemiddelde pandgrootte

1.235 m² vvo

### Conclusies

- De ontwikkeling van het aanbod is in de afgelopen jaren redelijk stabiel gebleven. Alleen het aanbod In/Om Huis is afgenomen. Dit zit hem onder andere in het vertrek van BCC.

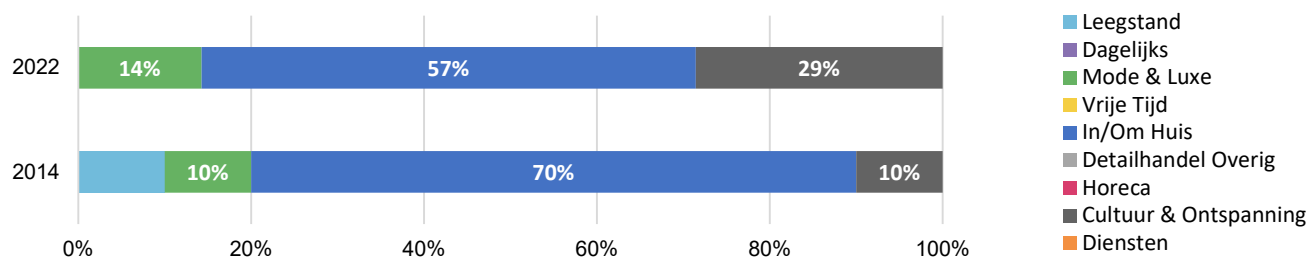
### Ontwikkeling aanbod (m² wvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	<b>6,8</b>
Sfeer en uitstraling	<b>6,0</b>
Veiligheid	<b>7,2</b>
Netheid	<b>7,3</b>
Faciliteiten	<b>4,3</b>

### Funciemix (op basis van VKP)



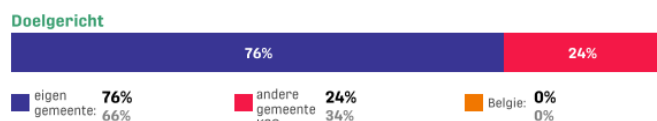
### Leegstand



**0** panden, **0** m² wvo

Leegstand % o.b.v. panden: **0%**  
 Leegstand % o.b.v. m² wvo: **0%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**80%**

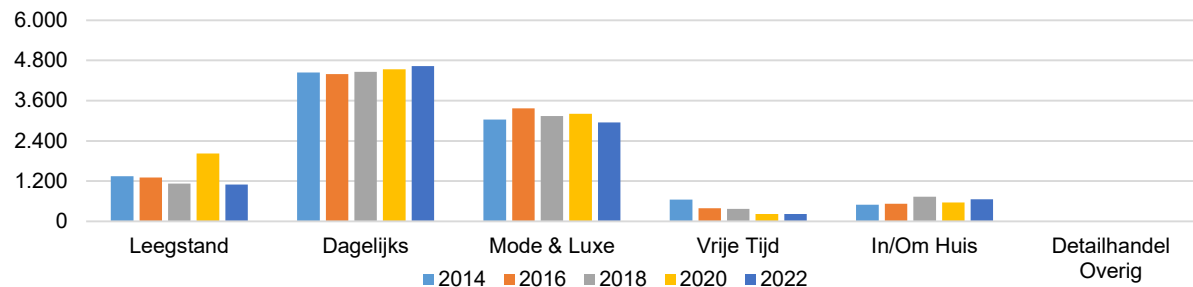
### Gemiddelde pandgrootte

**1.231** m² wvo

### Conclusies

- Weinig verschillen in de ontwikkeling van het retail aanbod.
- Funciemix is licht verschoven door een afname van de leegstand.

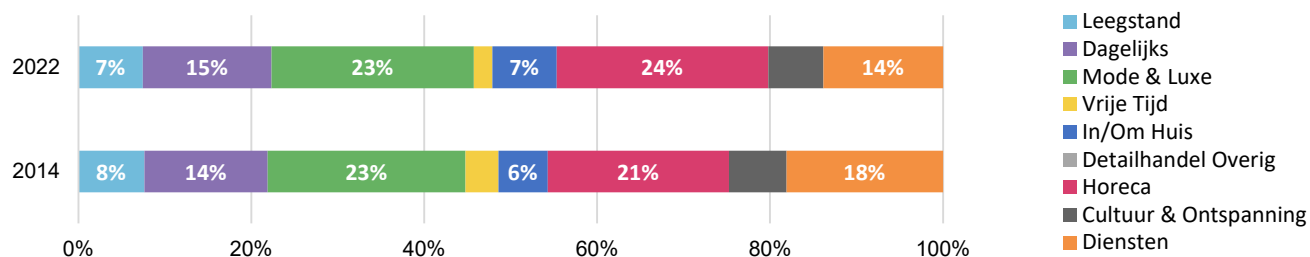
### Ontwikkeling aanbod (m² wvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,7
Sfeer en uitstraling	7,8
Veiligheid	7,8
Netheid	7,8
Faciliteiten	6,0

### Funciemix (op basis van VKP)



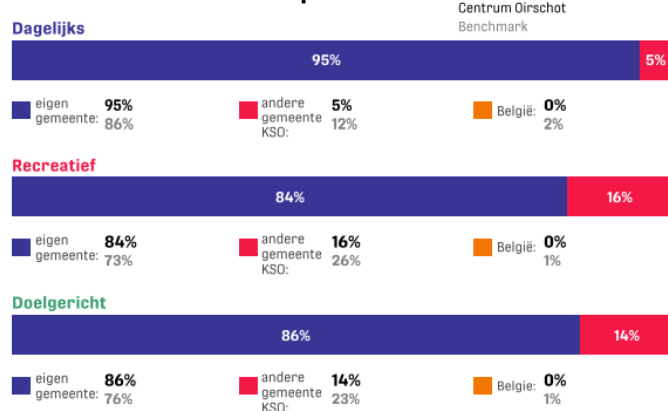
### Leegstand



**7** panden, **1.098** m² wvo

Leegstand % o.b.v. panden: **7,4%**  
 Leegstand % o.b.v. m² wvo: **8,0%**

### Koopstromen



### Filialiseringsgraad

**29%**

### Gemiddelde pandgrootte

**184** m² wvo

### Conclusies

- Leegstand ten opzichte van 2014 is gedaald -19%.
- Goede scores op basis van het KSO.
- Funciemix is nagenoeg gelijk, enkele kleine verschillen zichtbaar waaronder een lichte stijging in het aandeel horeca.
- Stijging dagelijks wordt veroorzaakt door enkele kleine dagelijkse aanbieders.

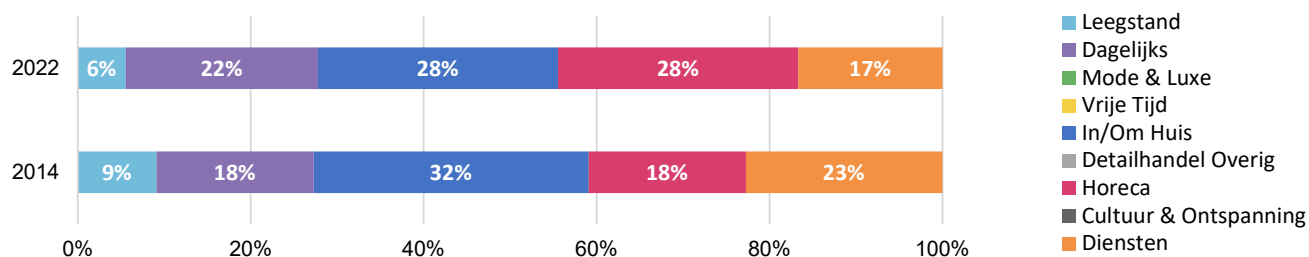
### Ontwikkeling aanbod (m² wvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	<b>6,7</b>
Sfeer en uitstraling	<b>6,8</b>
Veiligheid	<b>7,9</b>
Netheid	<b>7,6</b>
Faciliteiten	<b>5,2</b>

### Funciemix (op basis van VKP)



### Leegstand

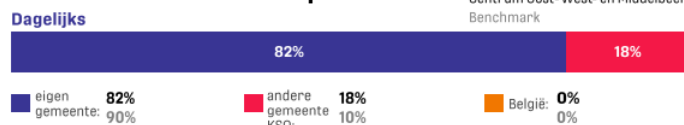


**1** panden, **25** m² wvo

Leegstand % o.b.v. panden: **5,6%**  
 Leegstand % o.b.v. m² wvo: **0,7%**

### Koopstromen

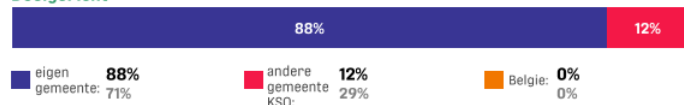
Centrum Oost-West- en Middelbeers Benchmark



#### Recreatief

De omvang van de bestedingen in deze branche is nul of te klein om weer te geven.

#### Doelgericht



### Filialiseringsgraad

**30%**

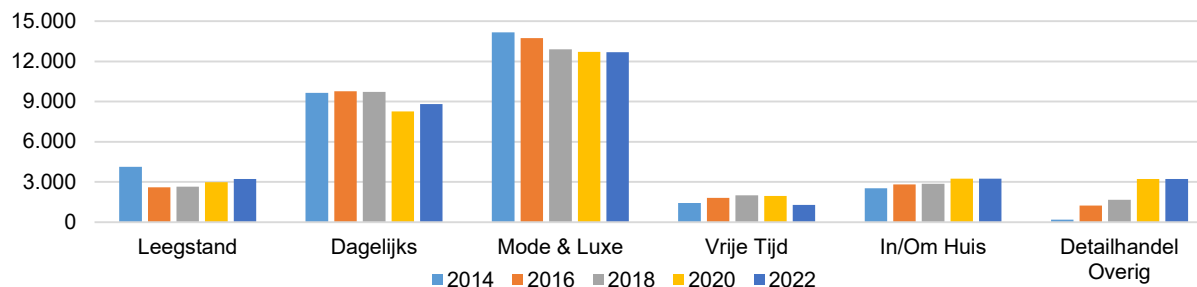
### Gemiddelde pandgrootte

**331** m² wvo

### Conclusies

- Aanbod dagelijks blijft stabiel.
- Slechts één leegstaand pand.
- Aanbod In/Om Huis blijft stabiel.
- Aandeel horeca is in de funciemix fors toegenomen.

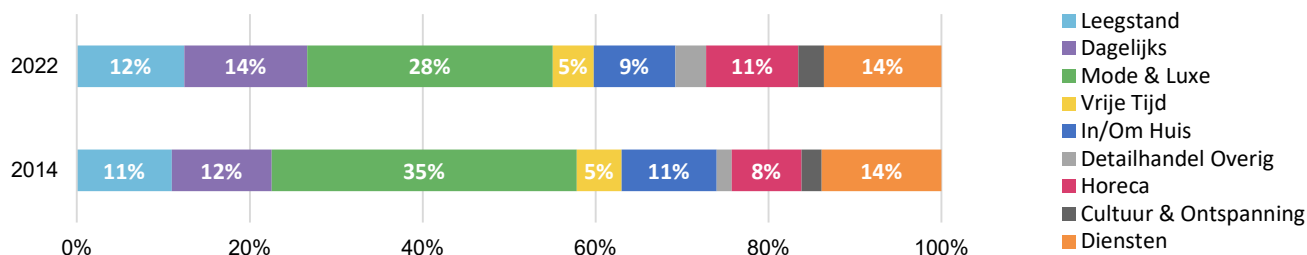
### Ontwikkeling aanbod (m² vvo)



### KSO Beoordeling bezoekers

Winkelaanbod	7,5
Sfeer en uitstraling	7,2
Veiligheid	7,5
Netheid	7,7
Faciliteiten	5,8

### Funciemix (op basis van VKP)



### Leegstand

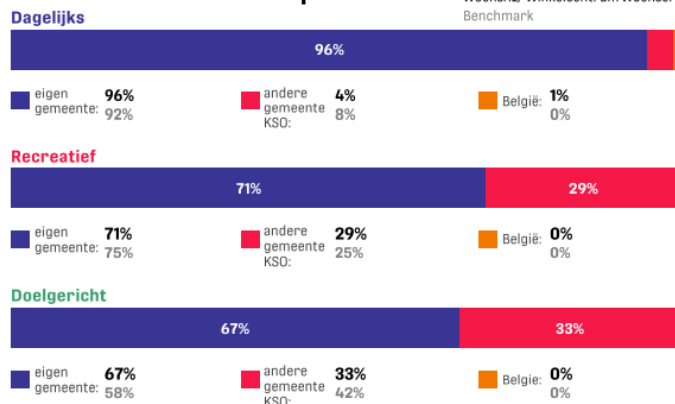


**21** panden, **3.232** m² vvo

Leegstand % o.b.v. panden: **12,4%**  
 Leegstand % o.b.v. m² vvo: **8,7%**

### Koopstromen

WoensXL/ Winkelcentrum Woensel Benchmark



### Filialiseringsgraad

**58%**

### Gemiddelde pandgrootte

**264** m² vvo

### Conclusies

- Goede scores op basis van het KSO.
- Leegstand is in de afgelopen jaren iets toegenomen, maar ligt nog wel onder de omvang van 2014.
- Omvang Vrije Tijd is afgenomen, o.a. door het vertrek van Nike & Bart Smit.

## **Bijlage 4 - Resultaten enquête**



# Resultaten enquête SGE

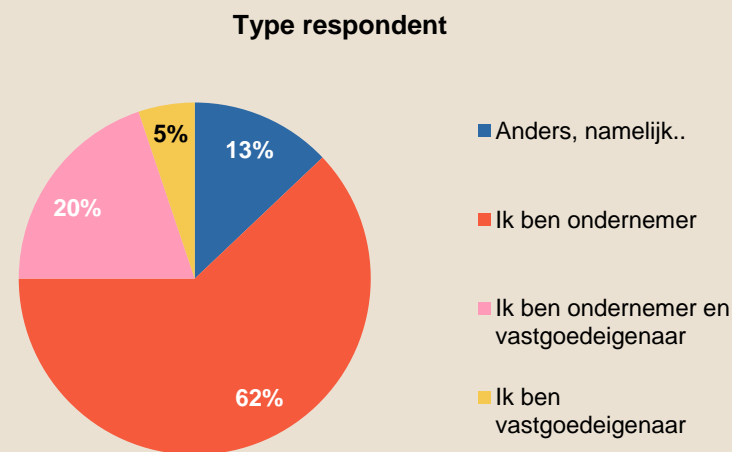
## Algemeen

### Over de enquête

- Vanuit de verschillende gemeenten in het Stedelijk Gebied Eindhoven zijn vertegenwoordigers gevraagd de enquête te delen met hun achterban. Respondenten zijn ondernemers en vastgoedeigenaren die reeds actief zijn in de regio. Daarnaast is de enquête ook gedeeld met landelijk opererende ketens die (nog niet) actief zijn in de regio. De resultaten van deze twee groepen verschillen niet veel van elkaar, waar dit wel het geval is wordt dit toegelicht.
- Aan de respondenten zijn in totaal zeven stellingen voorgelegd. Op iedere stelling kon ook gereageerd worden via een open antwoord.

### Verdeling respondenten

In totaal hebben 118 respondenten deelgenomen aan de enquête. Het merendeel van de respondenten is ondernemer (62%) en heeft vanuit die hoedanigheid de enquête ingevuld.

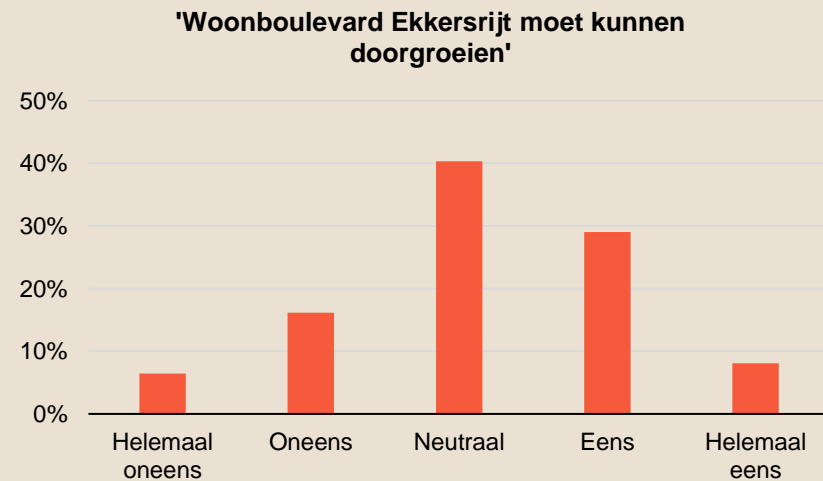


## 'Woonboulevard Ekkersrijt moet kunnen doorgroeien'

Het merendeel van de respondenten (40%) heeft neutraal geantwoord op de stelling. Verder is er ook een grote groep (29%) die het eens is met de stelling.

Enkele reacties als toelichting op de stelling:

- 'Als de uitbreiding specialisatie op wonen betreft, dan is dit oké. Geen uitbreiding van dagelijkse winkels!'
- 'Verder focus geeft dat gebied kracht.'
- 'Winkelcentra stromen leeg. Om de centra van de steden en dorpen leefbaar te houden, is het belangrijk dat ook de grote trekkers in het centrum gevestigd zijn.'
- 'Alleen rijke families en investeringsmaatschappijen kunnen hier panden kopen en verhuren voor erg hoge prijzen. Het MKB kan hier niets mee.'



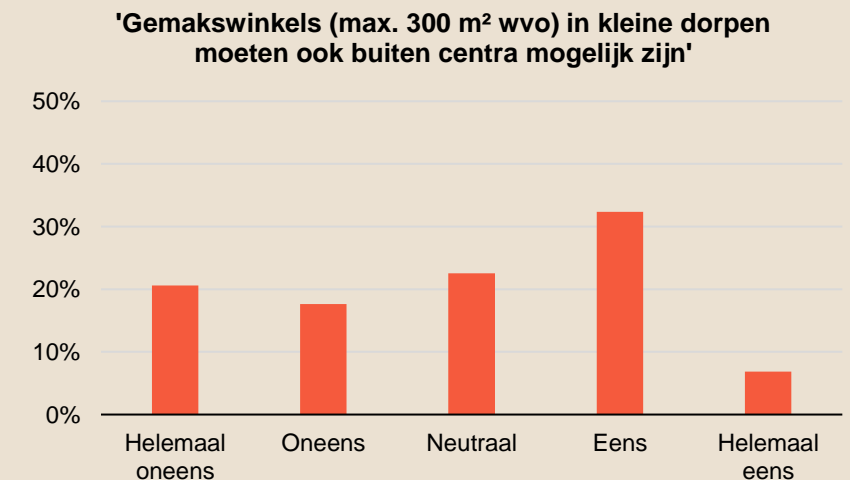
## 'Gemakswinkels (max. 300 m² wvo) in kleine dorpen moeten ook buiten centra mogelijk zijn'

De stelling zorgt voor enige verdeeldheid onder de respondenten. Het merendeel van de respondenten (29%) heeft eens geantwoord op de stelling. Verder is er ook een grote groep die neutraal (24%), oneens (23%), en helemaal oneens (18%) heeft geantwoord.

Opvallend is dat wanneer een uitsplitsing wordt gemaakt naar type respondenten ondernemers die al gevestigd zijn in het SGE negatiever over de stelling oordelen dan niet in het SGE gevestigde ondernemers.

Met name de respondenten die oneens hebben geantwoord hebben gereageerd op de stelling. Enkele reacties als toelichting op de stelling:

- 'Het is voor iedereen beter om de dorpskern zo aantrekkelijk en compleet mogelijk te maken en niet versplinterd over de gemeente.'
- 'Het lijkt me heel verstandig om deze winkels te centreren in de bestaande/huidige winkelcentra.'
- 'Er zijn genoeg m² beschikbaar in de huidige winkelcentra.'



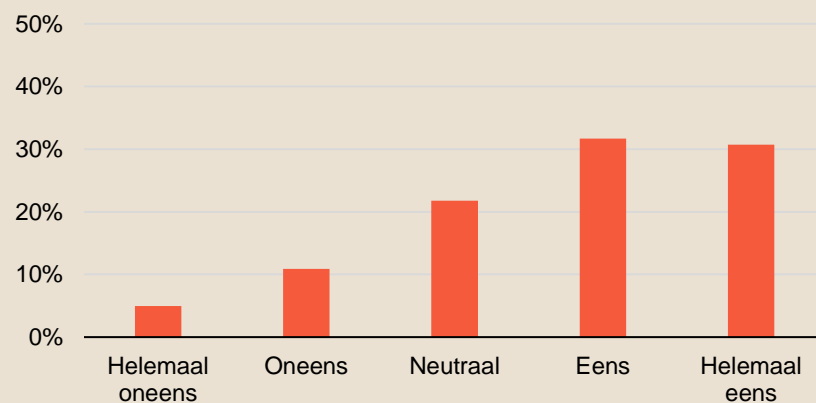
### 'Supermarkten horen thuis in centra niet op bedrijventerreinen'

Het merendeel van de respondenten is het eens met deze stelling. 32% van de respondenten heeft eens geantwoord en 31% heeft helemaal eens geantwoord.

Enkele reacties als toelichting op de stelling:

- 'Een dagelijkse trekker in het centrum zorgt voor levendigheid en een basis voor andere (kleinere en lokale ondernemers) om hun brood te verdienen.'
- 'Een supermarkt op een industrieterrein (bijvoorbeeld De Hurk) is niet wenselijk. Een supermarkt draagt bij aan de leefbaarheid van een wijk en daarnaast als deze in een wijk of winkelcentrum ligt is dit ook beter bereikbaar met een duurzaam vervoersmiddel. Op een industrieterrein komt iedereen met de auto.'
- 'Supermarkten zijn er in eerste instantie voor de dagelijkse behoeften en dienen dus dicht bij de consument te zitten. Vanuit gemak maar ook vanuit duurzaamheid en bewegingen die nodig zijn om die behoeften te bevredigen.'

'Supermarkten horen thuis in centra niet op bedrijventerreinen'



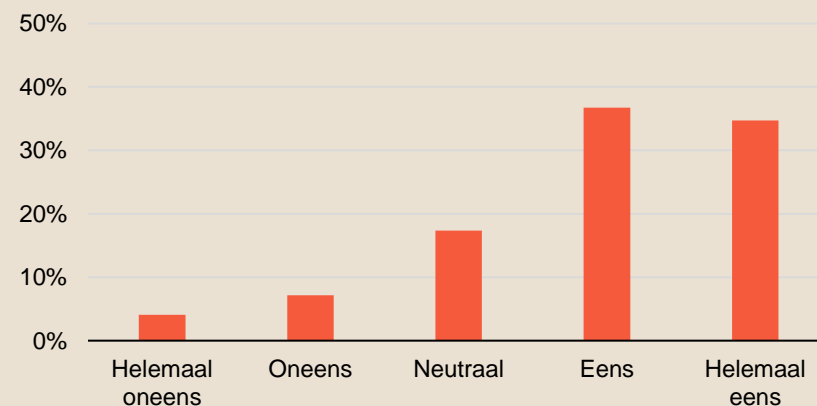
### 'De overheid moet ruimtelijk sturen op vestigingslocaties van flitsbezorgers en andere bezorg-concepten om overlast te voorkomen'

Ook hier is het merendeel van de respondenten het eens met de stelling. 37% van de respondenten heeft eens geantwoord en 35% heeft helemaal eens geantwoord.

Enkele reacties als toelichting op de stelling:

- 'Deze hebben geen voordeel aan een locatie in een dorps kern en dragen niets bij aan het creëren van een gezellig aantrekkelijk centrum.'
- 'Een wildgroei moet voorkomen worden. De overheid stuurt om dezelfde reden ook op locaties voor normale winkels en bedrijven.'

'De overheid moet ruimtelijk sturen op vestigingslocaties van flitsbezorgers en andere bezorg-concepten om overlast te voorkomen'



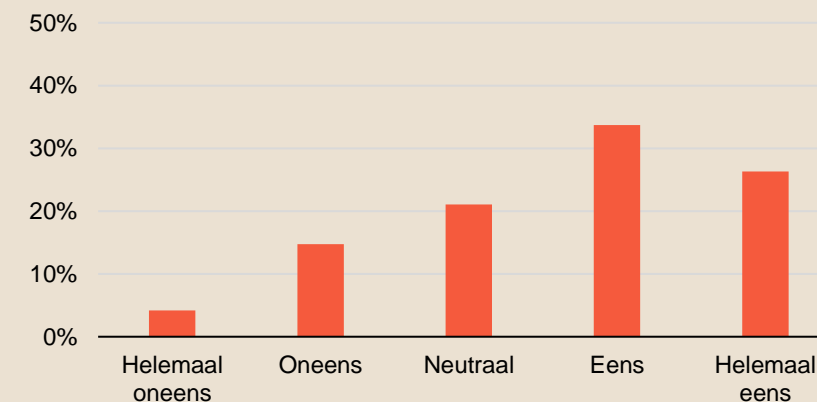
### 'De overheid moet actief aan de slag om onbenutte en overtollige plancapaciteit van winkelruimte buiten winkelgebieden juridisch te saneren om winkels te blijven concentreren in centra'

Het saneren van de plancapaciteit wordt als belangrijk ervaren door de respondenten. 31% van de respondenten is het eens met de stelling en 25% is het helemaal eens met de stelling.

Enkele reacties als toelichting op de stelling:

- 'Centra worden op diverse plaatsen steeds slechter bereikbaar voor auto's. Om die reden is het niet wenselijk om alle winkels in het centrum te concentreren. Er moet overtollige ruimte worden gesaneerd, echter dan in heel de gemeente en niet alleen in het centrum.'

'De overheid moet actief aan de slag om onbenutte en overtollige plancapaciteit van winkelruimte buiten winkelgebieden juridisch te saneren om winkels te blijven concentreren in centra'



## 'Mobiliteitshubs zijn een kans voor nieuwe winkels zoals rijwielen of gemakswinkels'

Ondernemers, vastgoedeigenaren en overige respondenten zien mobiliteitshubs als kans voor nieuwe winkels. Het merendeel van de respondenten heeft neutraal geantwoord (44%). Ook een aanzienlijk deel van de respondenten antwoordde eens (34%). Slechts een kleine groep was het niet eens met de stelling.

Enkele reacties als toelichting op de stelling:

- 'Waarom extra m<sup>2</sup> winkeloppervlakte creëren als er nog veel leegstand is in de huidige winkelcentra.'
- 'Mits tegen een centrum aan gesitueerd.'

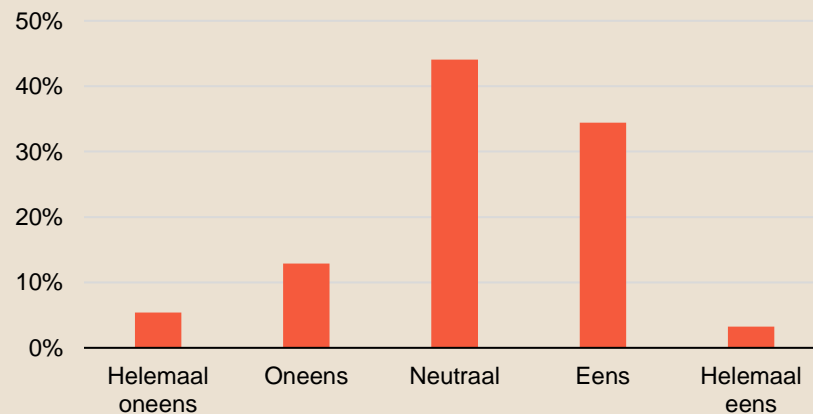
## 'De winkelmarkt in het Stedelijk Gebied Eindhoven is verzadigd. Er mag per saldo geen winkel-meter meer er bij'

De respondenten zijn verdeeld over de stelling. De meeste respondenten (32%) hebben neutraal geantwoord op de stelling. Daarnaast is er een grote groep die het oneens en eens is met de stelling.

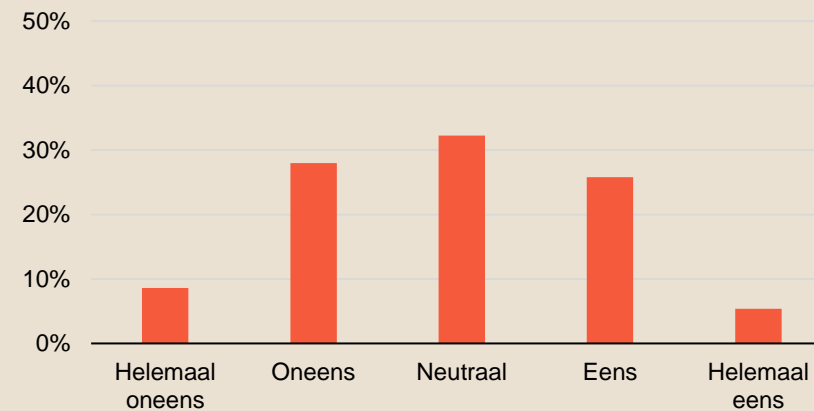
Enkele reacties als toelichting op de stelling:

- 'Dit ligt aan het type winkel. Er zit een groot verschil tussen de lokale bakker of een Hornbach. Over het algemeen is er te veel metrage en sluit de vraag niet aan op het aanbod.'
- 'We willen leegstaande panden gevuld zien in plaats van nieuwbouw.'
- 'Als er ergens m<sup>2</sup> aan winkels bij komen, dan moeten deze op een andere plek gesaneerd worden.'

'Mobiliteitshubs zijn een kans voor nieuwe winkels zoals rijwielen of gemakswinkels'



'De winkelmarkt in het Stedelijk Gebied Eindhoven is verzadigd. Er mag per saldo geen winkel-meter meer er bij'



# 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)

