

CENTRUMVISIE MEIERIJSTAD

MEIERIJSTAD

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)
Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Opdrachtgever:	Gemeente Meierijstad
Contactpersoon:	Mevrouw S. Maltha
Projectteam DTNP:	De heer K. Trommelen
	De heer W. Frielink
	De heer P. Rosmulder
Projectnummer:	1927.0218
Datum:	30 oktober 2018

Centrumvisie Gemeente Meierijstad

Inhoudsopgave

1	**Inleiding**	**1**
1.1	Context en doel	2
1.2	Proces	3
1.3	Leeswijzer	3
2	**De centra van Meierijstad**	**5**
2.1	Feiten en cijfers	6
2.2	Bestaand beleid	10
2.3	Bezoekersonderzoek	11
2.4	Trends en ontwikkelingen	13
2.5	Toekomstige voorzieningenstructuur	17
3	**Centrumvisie Schijndel**	**19**
3.1	Inleiding	20
3.2	Functioneel-ruimtelijke analyse	20
3.3	Haalbaar centrumprogramma	24
3.4	Functioneel-ruimtelijke visie	26
3.5	Acties en maatregelen	28
4	**Centrumvisie Sint-Oedenrode**	**33**
4.1	Inleiding	34
4.2	Functioneel-ruimtelijke analyse	34
4.3	Haalbaar centrumprogramma	39
4.4	Functioneel-ruimtelijke visie	41
4.5	Acties en Maatregelen	43
5	**Centrumvisie Veghel**	**45**
5.1	Inleiding	46
5.2	Haalbaar centrumprogramma	48
5.3	Functioneel-ruimtelijke analyse	53
5.4	De basis voor een nieuwe centrumstructuur	59
5.5	Vervolgactie	61
6	**Centrumvisie Noordkade**	**65**
6.1	Functioneel-ruimtelijke analyse	66
6.2	Functioneel-ruimtelijke visie	68
6.3	Vervolgtraject en acties	69
Bijlagen		**71**
Bijlage A - Begrippenlijst		72
Bijlage B - Whize-leefstijlen van huishoudens		76



1 Inleiding

1.1 Context en doel

Aanleiding
Meierijstad is een gemêleerde gemeente met een sterke economische basis. Voortkomend uit de recente samenvoeging van drie zelfstandige gemeenten beschikt Meierijstad over drie grotere centra in de kernen Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode. Daarnaast heeft de gemeente tien kleinere kernen, die als verzorgingsgebied leunen op deze grotere centra.

De verschillende centrumvisies van de voormalige gemeenten zijn niet actueel. In het collegewerkprogramma 'de Mijlpalen van Meierijstad' (MvM) is het belang van de drie grootste centra onderschreven. Om dit belang te benadrukken is een van de acties in MvM het opstellen van een gedragen visie, waarin de drie grootste centra en de relatie tot elkaar naar voren komen. Deze centrumvisie is vervolgens de kapstok waaraan diverse beleidsstukken opgehangen kunnen worden. Zo is er bijvoorbeeld behoefte aan een integraal geharmoniseerd horecabeleid en aan een detailhandelsvisie. Beide houden logischerwijs sterk verband met de overkoepelende visie voor de centrumgebieden. In een later stadium kan ook de ruimtelijke visie geactualiseerd worden in lijn met de nieuwe centrumvisie. Aan DTNP is opdracht gegeven deze centrumvisie op te stellen. Dit document dient als stip op de horizon, op basis waarvan concreet beleid zal worden afgeleid.

Veranderende detailhandelsmarkt
Het afgelopen decennium heeft een belangrijke verandering laten zien in het bezoekgedrag en -motief van bezoekers van centra van steden en dorpen. Het doen van aankopen staat niet altijd meer centraal. Mede hierdoor is in het centrum van Veghel en, in mindere mate, in de centra van Schijndel en Sint-Oedenrode de (winkel) leegstand de afgelopen tien jaar sterk toegenomen. De positie van deze centra verandert: van 'place to buy' naar 'place to be'. De uitdaging is om, met in achtneming van hun kernkwaliteiten, de drie centrumgebieden aantrekkelijker te maken, zodat ze relevant blijven voor inwoners en overige bezoekers. Dit kan door de focus te verbreden en de centra in de volle breedte van hun maatschappelijke ontmoetingsfunctie te benaderen, bijvoorbeeld met meer horeca, dienstverlening, ambachten, leisure en wonen.

Doel
De centrumvisie zal moeten leiden tot compacte, vitale en kwalitatief complete en aantrekkelijke centra voor de inwoners en ondernemers van de gemeente. In de visie wordt per centrum op hoofdlijnen onder andere ingegaan op:

- de ruimtelijke afbakening van de centra;
- indicatie (kwantitatief en kwalitatief) van de haalbare omvang van het winkel- en horeca-aanbod en bijbehorende keuzes;
- eventuele nadere positionering van deelgebieden in gebiedsprofielen en potentiële publiekstrekkers;
- belangrijkste functioneel-ruimtelijke randvoorwaarden en maatregelen;
- (her)ontwikkelopgaven en -mogelijkheden op hoofdlijnen;
- hieruit voortvloeiende acties (uitvoeringsparagraaf).

1.2 Proces

Om te komen tot een reële, actuele en breed gedragen centrumvisie voor Meierijstad heeft er allereerst een uitgebreide ‘ophaalfase’ plaatsgevonden. Hierbij zijn de diverse stakeholders op passende wijze betrokken bij de totstandkoming van de nieuwe centrumvisie. Zo heeft er een schouw plaatsgevonden in de drie centra, waarbij met (vertegenwoordigers van) de lokale ondernemers is stilgestaan bij bestaande kwaliteiten en verbeterpunten per centrum. Aan bewoners en consumenten is input gevraagd door middel van een online enquête en door het uitvoeren van interviews op straat.

De eerste analyses uit de ‘ophaalfase’ zijn tijdens een publieke inloopavond gedeeld met bewoners, bestuurders, ondernemers, vastgoedeigenaren en andere belanghebbenden. Binnen de gemeentelijke organisatie is er tijdens een integraal ambtelijk overleg gesproken over raakvlakken met aanverwante beleidsterreinen zoals wonen, duurzaamheid, verkeer en sociale zaken. Tevens heeft er afstemming plaatsgevonden met het college en is de gemeenteraad tijdens een beeldvormende avond op de hoogte gesteld van het proces en hebben zij input kunnen geven.

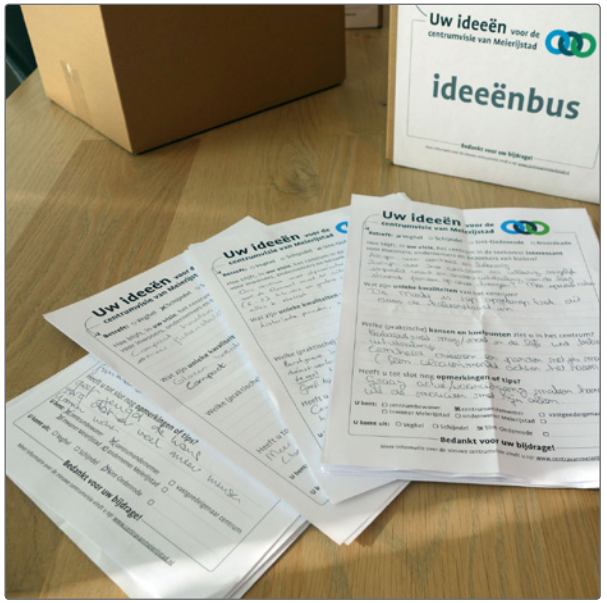
1.3 Leeswijzer

In deze centrumvisie wordt er allereerst gekeken naar de centrumstructuur in de gehele gemeente. In het volgende hoofdstuk wordt aan de hand van enkele feiten en cijfers (vraag- en aanbodzijde), de resultaten uit het bezoekersonderzoek, het bestaande beleid en de relevante trends en ontwikkelingen een visie gevormd over de toekomstige centrumstructuur in Meierijstad. Hierbij wordt op hoofdlijnen gekeken naar de profilering, het schaalniveau en de doelgroep van ieder centrumgebied in de gemeente.

Voor ieder van de gedefinieerde centrumgebieden wordt vervolgens in een eigen hoofdstuk de gebiedsvisie verder uitgewerkt. Door de grote variëteit tussen de verschillende centrumgebieden biedt deze indeling de ruimte om per centrum het juiste detailniveau te hanteren. Daarbij worden de bestaande kansen en knelpunten geïdentificeerd in een functioneel-ruimtelijke analyse (huidige situatie), om vervolgens te komen tot een gewenst toekomstbeeld voor het centrum (visie). Iedere centrumvisie sluit af met een aantal concrete acties en maatregelen, waarmee uitvoering kan worden gegeven aan het geschetste streefbeeld.



Schouw met ondernemers in Veghel



Ideeënformulieren tijdens publieke inloopavond



2 De centra van Meierijstad

2.1 Feiten en cijfers

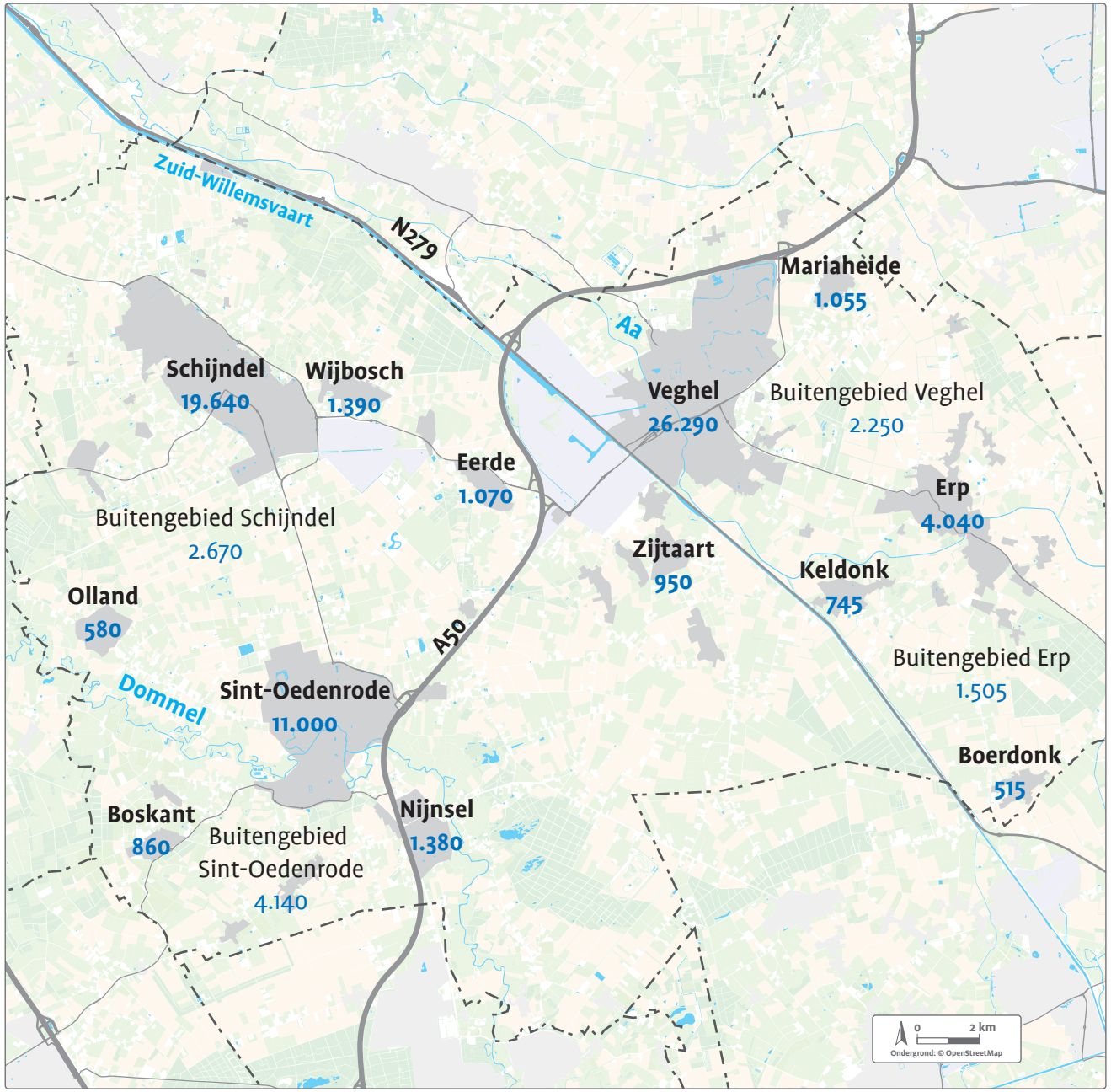
Ligging

De gemeente Meierijstad is in 2017 ontstaan uit een samenvoeging van de voormalige gemeentes Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel en vormt sindsdien in oppervlak de grootste gemeente van Noord-Brabant. De gemeente omvat nu zowel het beekdal van de Dommel (Sint-Oedenrode) als het beekdal van de Aa (Erp, Veghel). Belangrijke verkeersverbindingen in de gemeente zijn de snelweg A50 tussen Eindhoven en Oss/Nijmegen en haaks daarop de provinciale weg N279 langs de Zuid-Willemsvaart tussen 's-Hertogenbosch en Helmond.

Inwoners

De gemeente Meierijstad heeft circa 80.000 inwoners, verdeeld over 13 kernen. Veghel is met circa 26.290 inwoners de grootste kern van de gemeente, gevolgd door Schijndel (ca. 19.640) en Sint-Oedenrode (ca. 11.000). De overige 20% van de inwoners wonen in de kleinere kernen, waarvan Erp met 4.040 inwoners het grootst is, of verspreid in het buitengebied. De bevolking zal naar verwachting tot 2040 met circa 5% toenemen, in lijn met het Nederlandse en Brabantse gemiddelde. Ook qua vergrijzing sluit Meierijstad aan bij de algemene trend: het aandeel 65-plussers zal stijgen van 20% in 2017 tot 30% in 2040.

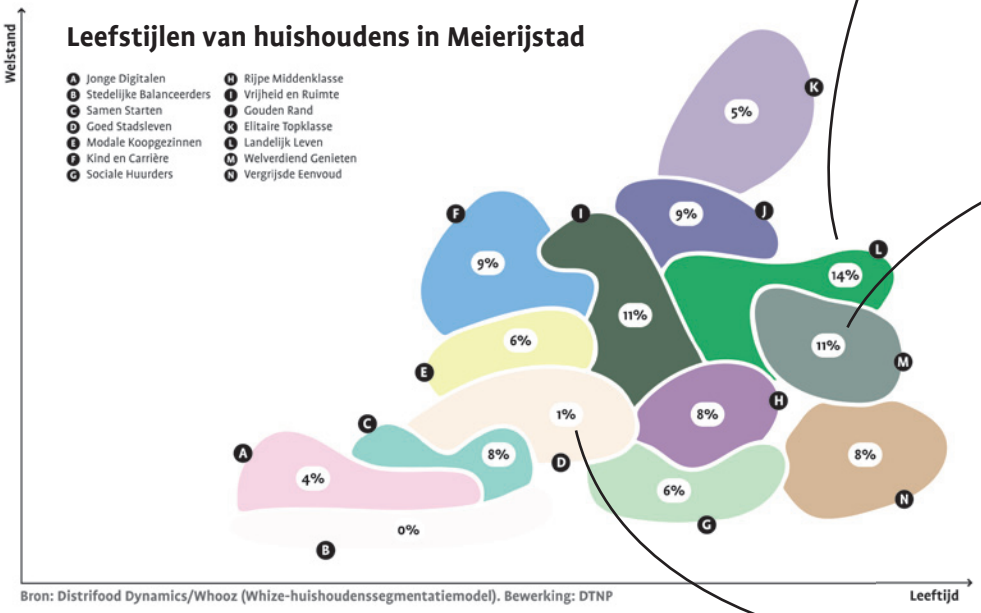
Ligging en inwoners per kern (CBS, 2017)



Huishoudensstijlen

Meierijstad is (ondanks de naam) een rurale gemeente: de huishoudensstijlen ‘Goed Stadsleven’ en ‘Jonge Digitalen’ vormen slechts 5% van het totaal in Meierijstad, terwijl deze stedelijke huishoudens nationaal een aandeel van 18% halen. De huishoudens in de categorie ‘Landelijk Leven’ vormen de grootste groep in de gemeente, gevolgd door de aanverwante (plattelands)stijlen ‘Vrijheid en Ruimte’ en ‘Welverdiend genieten’.

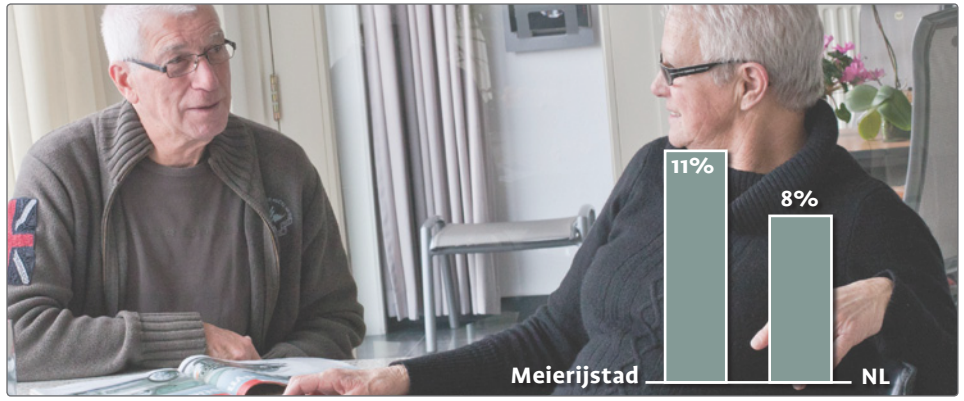
De grootste drie kernen verschillen enigszins van karakter. Zo zijn er in Veghel meer modale huishoudens (zowel starters, koopgezinnen en rijpe middenklasse), terwijl er in Sint-Oedenrode opvallend veel welgestelde senioren wonen. Schijndel ligt daar tussenin: hier variëren de huishoudensstijlen van ‘vergrijsde eenvoud’ (oud en arm) tot ‘Kind & Carrière’ (jong en welvarend). In de bijlage vindt u een bijschrijving van de huishoudensstijlen in Meierijstad.



Bron: Distrifood Dynamics/Whooz (Whize-huishoudenssegmentatiemodel). Bewerking: DTNP



L - Landelijk leven (in Sint-Oedenrode en buitengebied)



M - Welverdiend genieten (in Schijndel en Veghel)



D - Goed stadsleven (ontbreekt grotendeels)

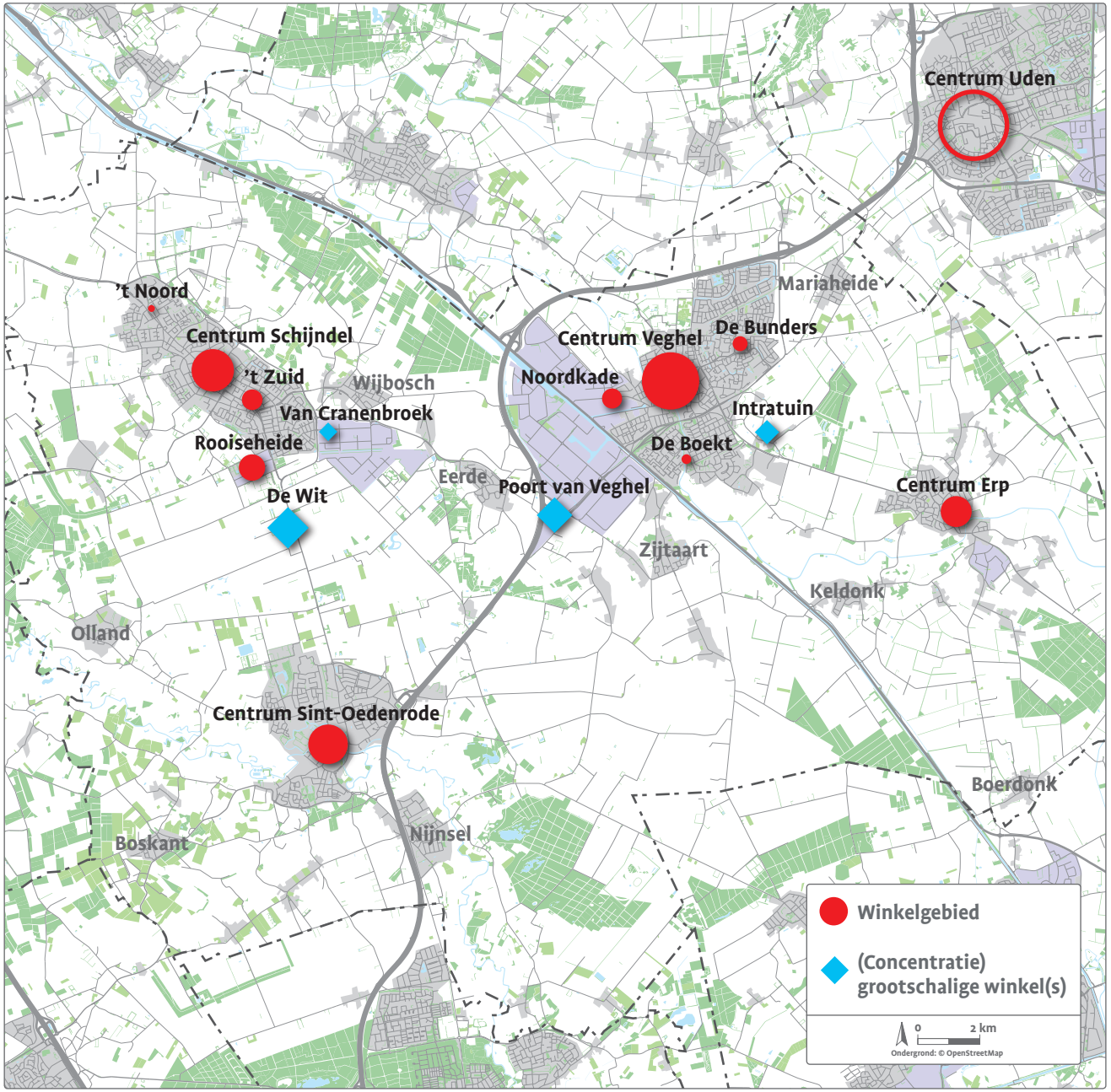
Bestaand aanbod

In deze centrumvisie wordt gefocust op de centra van de drie grootste kernen in de gemeente: Veghel (winkelgebied en cultuurcluster Noordkade), Schijndel en Sint-Oedenrode. Buiten deze hoofdcentra bevinden zich in ieder van de drie kernen (diverse) ondersteunende buurtcentra en is er een aantal grootschalige detailhandelslocaties in het buitengebied (o.a. Poort van Veghel en De Wit in Schijndel). In de nabijheid van Meierijstad zijn enkele grotere centrumgebieden (Uden, 's-Hertogenbosch en Eindhoven) die van invloed zijn op de centra van Veghel, Schijndel en Sint-Oedenrode. Doordat deze centra een groter en meer divers aanbod kunnen bieden, zijn zij aantrekkelijker voor de hedendaagse consument.

Het centrum van Schijndel bestaat uit circa 17.140 m² winkelvloeroppervlak (wvo) en circa 125 publieksgerichte ondernemingen. Het centrum heeft een overzichtelijke structuur met supermarkten aan beide uiteinden van het voetgangersgebied. Opvallend is het ontbreken van een winkel in huishoudelijke artikelen. Sint-Oedenrode heeft met circa 16.200 m² wvo en circa 115 publieksgerichte ondernemingen het kleinste centrum van de drie kernen. EMTÉ* is met circa 1.100 m² wvo momenteel de grootste

* EMTÉ is recent overgenomen door Jumbo en Coop. EMTÉ's worden naar deze formules omgebouwd.

Winkelaanbod Meierijstad (geschaald naar m² winkelvloeroppervlak)

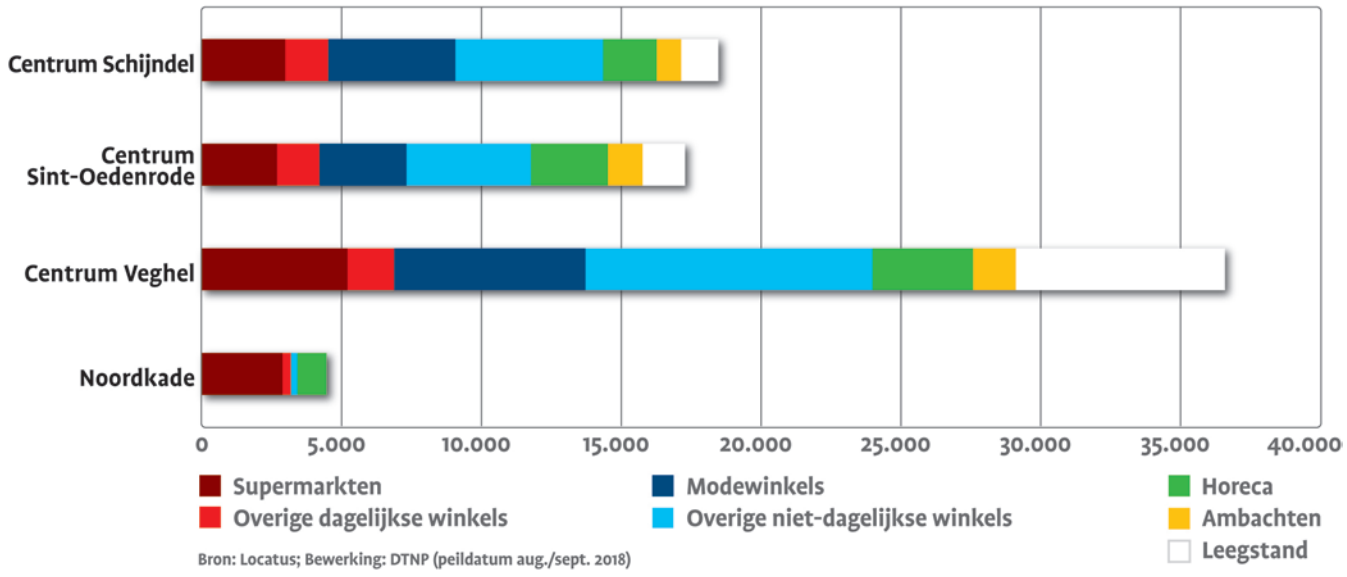


supermarkt van het centrum. Er zijn echter vergevorderde plannen voor een verplaatsing en vergroting van de huidige AH aan de Markt (nu ca. 840 m² wvo). Opvallend in het centrum van Sint-Oedenrode is het grote aantal en de hoge kwaliteit van de horecaondernemingen.

Het centrum van Veghel wordt in het masterplan beschreven als een centrum met twee polen. Met circa 29.060 m² wvo en circa 184 publieksgerichte ondernemingen is het (winkel)centrum van Veghel (incl. Heilig Hartplein, excl. Noordkade) het grootste winkelgebied van de gemeente. Rondom het centrum zijn vier supermarkten gevestigd, waarvan EMTÉ (ca. 2.000 m² wvo) en AH (ca. 1.500 m² wvo) de grootste zijn. De leegstand is met 20% problematisch hoog.

Het kunst- en cultuurcluster aan de Noordkade vormt als tweede centrumpool een bijzonder (centrum)gebied binnen de gemeente. Het industriële erfgoed van de CHV-veevoederfabriek is getransformeerd aan de hand van de thema's Cultuur en Food. De Noordkade herbergt momenteel een aantal evenementenlocaties, diverse culturele functies (waaronder theater, jongerencentrum en bioscoop) en de 'Proeffabriek': een verzameling grote en kleine foodondernemingen rondom een foodcourt, waaronder een Jumbo Foodmarkt van circa 2.900 m² wvo.

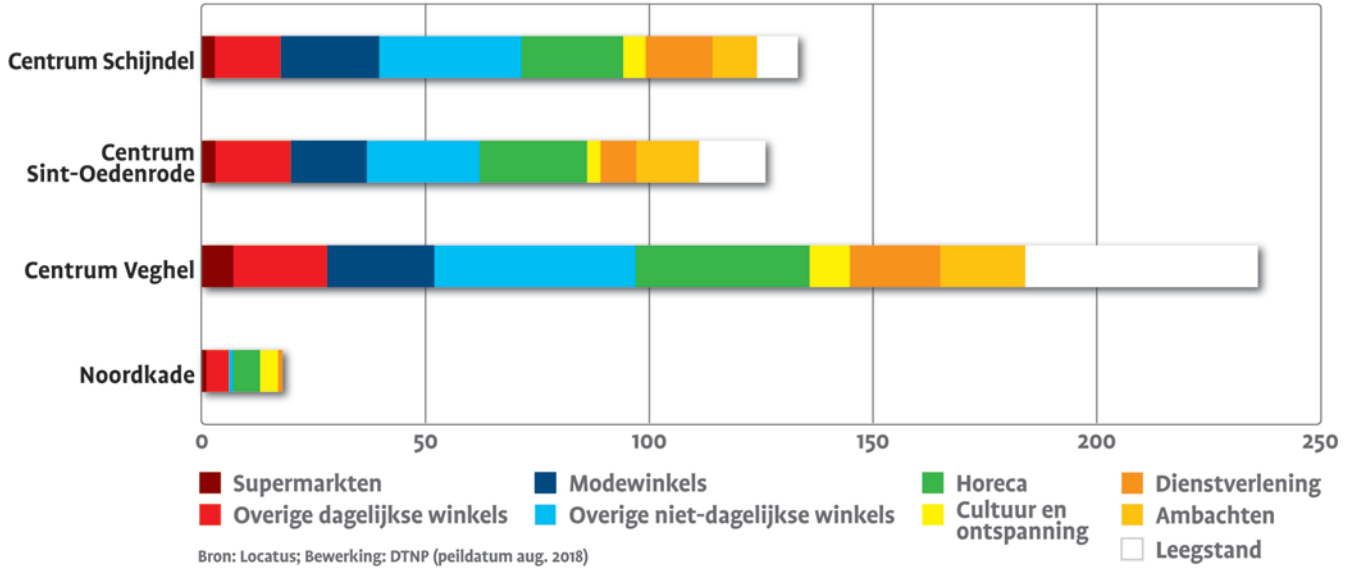
Aanbod per centrumgebied (in m² winkelvloeroppervlak)*



Bron: Locatus; Bewerking: DTNP (peildatum aug./sept. 2018)

* van Cultuur en ontspanning en Dienstverlening (zie hieronder) is geen vloeroppervlak beschikbaar

Aanbod per centrumgebied (in aantal verkooppunten)



Bron: Locatus; Bewerking: DTNP (peildatum aug. 2018)

2.2 Bestaand beleid

(Boven)lokaal dorpscentrum

De beleidsstukken die direct betrekking hebben op de centra van de drie voormalige gemeentes zijn alle opgesteld in de periode 2009-2010 en zijn met name ingegeven vanuit de detailhandel:

- Detailhandelsvisie Schijndel (2010)
- Detailhandelsvisie en centrumvisie Sint-Oedenrode (2010)
- Veghel, detailhandelsvisie (2009)
- Masterplan Veghel Centrum 2030 (2010)
- Masterplan CHV-terrein (2010)

In alle drie de detailhandelsvisies wordt het (historische) centrum van de kern neergezet als het hoofdwinkelgebied met een verzorgings-functie voor de eigen gemeente. Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel worden in geen van de visies als concurrenten van elkaar gezien. Wel wordt in alle gevallen gekeken naar de invloed van de grotere centra in de directe omgeving, zoals 's-Hertogenbosch, Eindhoven en Uden.

De enige uitzondering hierop is de ambitie van de voormalige gemeente Sint-Oedenrode om de regionale aantrekkingskracht van het eigen centrum te vergroten. In de centrumvisie is deze ambitie echter niet omgezet in (functioneel-ruimtelijk) beleid. Er is dus in de bestaande visies van de drie voormalige gemeentes geen sprake van grote tegenstrijdigheden in het beleid voor de huidige gemeente Meierijstad.

Veghel: een centrum met 2 polen?

Sinds 2009 is er in Veghel ingezet op een centrum dat bestaat uit twee complementaire polen: het winkelgebied aan de oostzijde van de Aa en het cultuurcluster Noordkade in het westen. Nu het voormalige CHV-terrein aan de Noordkade verder ontwikkeld is, blijkt dat dit gebied in potentie een regionale aantrekkings-kracht heeft door de unieke (hoogwaardige) uitstraling en door de clustering van culturele en overige leisurefuncties.

De vraag rijst of er nog wel sprake is van één centrum met twee complementaire polen of dat er inmiddels twee zelfstandige centrum-gebieden zijn ontstaan, die ieder op een ander schaalniveau en met een ander bezoekmotief opereren?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden is er in het kader van deze centrumvisie aanvullend veldwerk uitgevoerd. In de volgende paragraaf worden de resultaten van dit onderzoek nader toegelicht.

*"Het centrum van **Schijndel** vervult in de toekomstige detailhandelsstructuur een functie als **compleet dorpscentrum** voor inwoners van Schijndel en uit de omliggende kleinere kernen."*

DTNP (2010) 'Detailhandelsvisie Schijndel'

*"Om **het centrum** [van Sint-Oedenrode] in de toekomst te versterken is het ten eerste noodzakelijk de **primaire verzorgingsfunctie** als **(boven)lokaal dorpscentrum** te optimaliseren"*

DTNP (2010) 'Detailhandelsvisie en centrumvisie Sint-Oedenrode'

*"Veghel centrum dient te worden versterkt als **hét hoofdwinkelcentrum** binnen de gemeente **Veghel**, met name voor de inwoners van de eigen gemeente (**lokale c.q. bovenlokale verzorging**)."*

BRO (2009) 'Veghel, detailhandelsvisie'

2.3 Bezoekersonderzoek

Om de centrumstructuur van de samengestelde gemeente beter te kunnen duiden, is er een online enquête gehouden en heeft er passantenonderzoek plaatsgevonden in de drie hoofdcentra en op de Noordkade in Veghel. Hiermee is onderzocht of er in de gemeente Meierijstad sprake is van enige uitwisseling of overlap van bezoekers tussen de verschillende centra in het algemeen, en tussen de Noordkade en het winkelcentrum van Veghel in het bijzonder.

De Noordkade

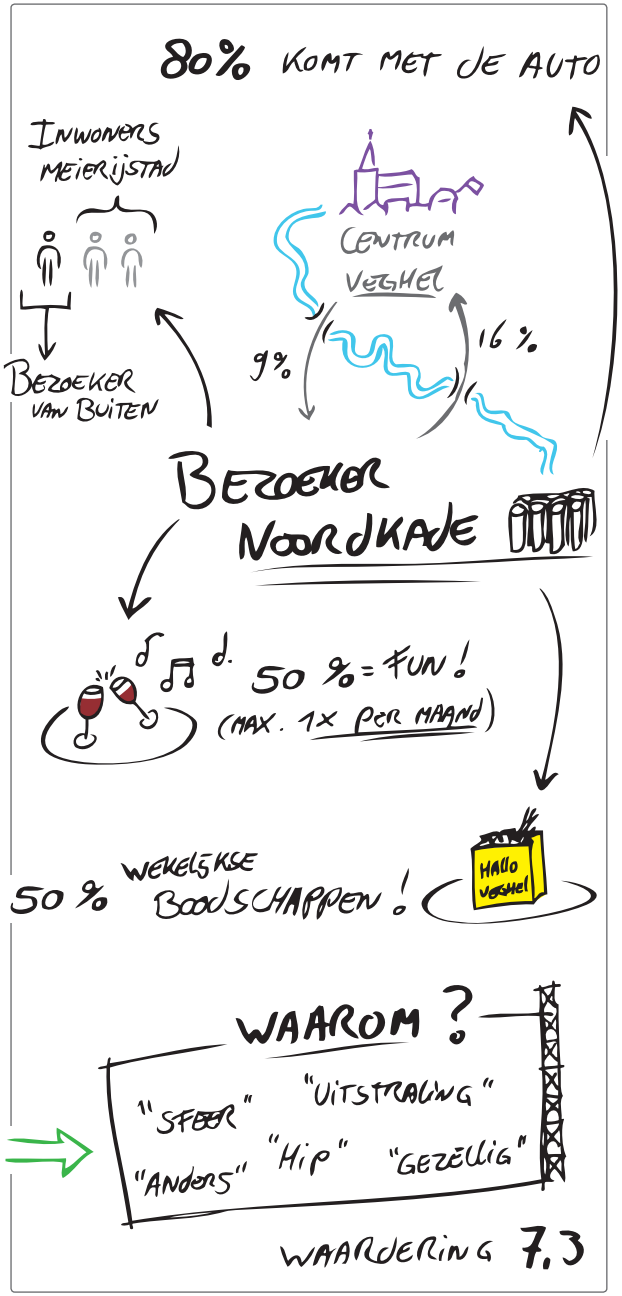
Tijdens passanteninterviews is aan bezoekers van de Noordkade gevraagd of zij het bezoek combineerden met een bezoek aan het winkelcentrum van Veghel. Dit was bij 16% van de bezoekers het geval. Andersom combineerde 9% van de geïnterviewde passanten het bezoek aan het centrum met een bezoek aan de Noordkade. Er is dus een beperkte directe relatie tussen beide locaties.

De Noordkade trekt procentueel meer bezoekers van buiten Meierijstad dan de andere centra in de gemeente. Zo'n 32% van de passanten die op de Noordkade is ondervraagd kwam van buiten de gemeente, terwijl dit percentage in de andere centra rondom de 17% lag. Uit de reacties op de online enquête blijkt dat de helft van de respondenten (die de Noordkade wel eens bezoeken), hier niet vaker dan één keer per maand komt. Dit deel van de bezoekers bezoekt dus slechts af en toe een van de (leisure-)functies in het gebied.

Opvallend is dat de andere helft van de bezoekers juist wel regelmatig naar de Noordkade komt, om boodschappen te doen. Onder respondenten uit Veghel is dit zelfs driekwart. De Jumbo Foodmarkt heeft hier dus (onder andere) een functie als lokale 'buurtsuper'. De gemiddelde verblijfsduur die tijdens het passantenonderzoek is gemeten ligt hierdoor, met circa 30 minuten, vrij laag.

In de online enquête is vervolgens ook gevraagd naar de belangrijkste bezoekreden(en): waarom wordt een bepaalde locatie regelmatig bezocht? Uit de resultaten kan worden opgemaakt dat de Noordkade niet zozeer de dichtstbijzijnde (centrum/boodschappen)locatie is, maar dat juist de sfeer (uitstraling, gezelligheid, etc.) een belangrijke bezoekreden vormt. Deze 'hippe' uitstraling kan de gemiddeld lagere leeftijd van de Noordkadebezoekers verklaren.

Bezoekersonderzoek Noordkade



De dorpscentra

De drie dorpscentra worden met name door de eigen inwoners bezocht. Bijna alle respondenten van de online enquête (gem. 97%) komen minimaal één keer per maand in het eigen centrum. Deze cijfers worden ondersteund door het passantenonderzoek in de centra. In Schijndel en Sint-Oedenrode komt circa 80% van de ondervraagde bezoekers uit de eigen kern. In Veghel is dit 70%, doordat hier een grotere toestroom is vanuit de omliggende dorpen in de gemeente (bijv. Erp) en daarbuiten (o.a. Heeswijk-Dinther). Voor alle drie de centra geldt dat het merendeel van de respondenten het centrum bezoekt omdat dit het dichtstbijzijnde (winkel)centrum is.

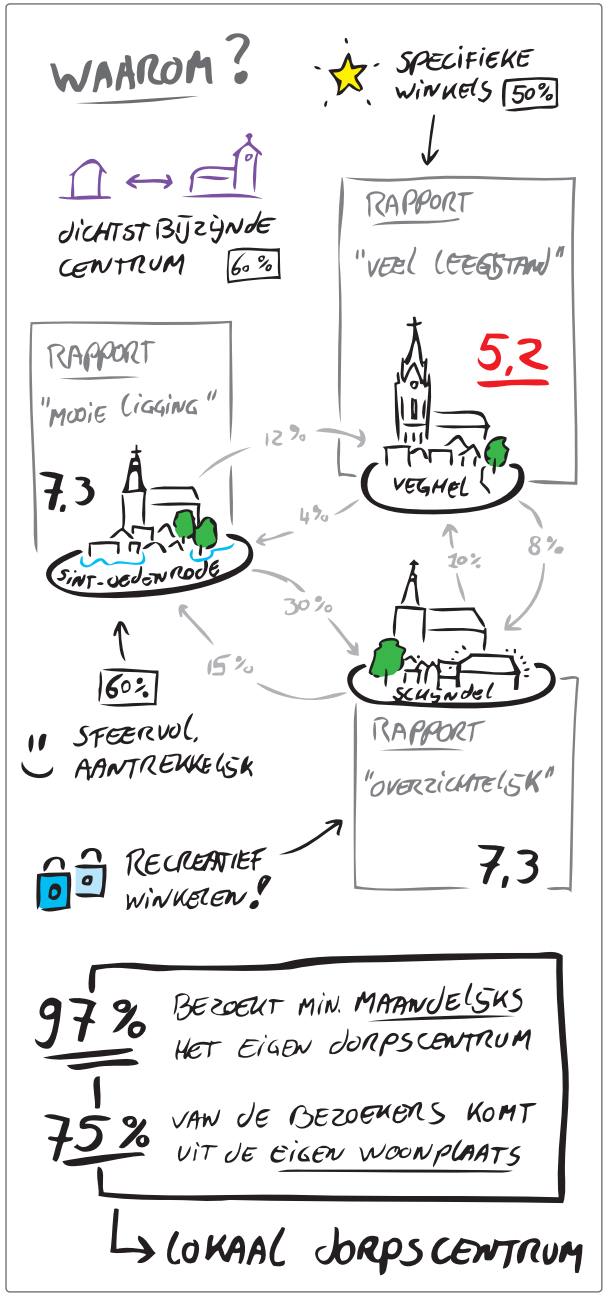
Er is wel enige uitwisseling tussen de dorpen. Zo geeft bijvoorbeeld 15% van de online respondenten uit Schijndel aan dat zij maandelijks of vaker het centrum van Sint-Oedenrode bezoeken. Andersom ligt het percentage iets hoger: 29%. Deze Rooise bezoekers komen vooral naar Schijndel voor een doelgerichte aankoop. Gemiddeld komt circa 40% van de bezoekers met de auto naar het centrum, de overige bezoekers komen per fiets of te voet. De gemiddelde verblijfsduur ligt in Schijndel en Sint-Oedenrode op ongeveer één uur, in Veghel op 50 minuten.

In Veghel en Sint-Oedenrode vormt het doen van een doelgerichte aankoop of een dagelijkse boodschap het belangrijkste bezoekmotief (zo'n tweederde van de respondenten in de online enquête). In Schijndel wordt ook 'recreatief' geshopt, dus zonder duidelijk aankoopdoel vooraf. De horeca wordt met name in Sint-Oedenrode als bezoekmotief genoemd.

Het centrum van Sint-Oedenrode scoort hoog op aantrekkelijkheid, zo blijkt uit de reacties. "De historische kern", "mooie ligging" en "gezellige terrasjes" worden bijvoorbeeld genoemd als sterke punten van dit centrum. Het centrum van Schijndel wordt met name geprezen om de "overzichtelijkheid" en de "dorpse sfeer". Beide centra (Schijndel en Sint-Oedenrode) kunnen dan ook een mooi rapportcijfer presenteren: gemiddeld krijgen zij een 7,3.

Het centrum van Veghel krijgt echter een onvoldoende: gemiddeld een 5,2. Van de respondenten die dit centrum regelmatig bezoeken geeft maar de helft een voldoende. Uit de reacties blijkt dat men het centrum van Veghel niet aantrekkelijk vindt. De huidige leegstand in het centrum wordt hierbij het meest aangehaald als het zwakke punt.

Bezoekersonderzoek dorpscentra



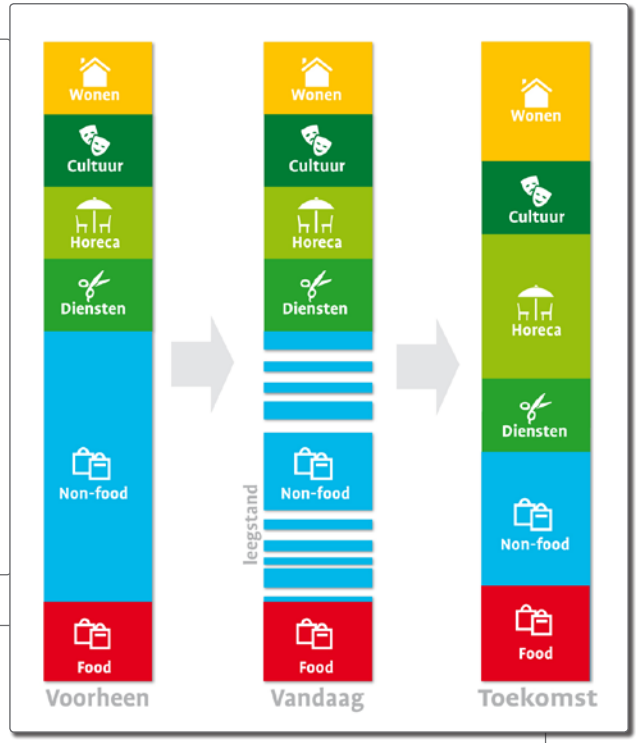
2.4 Trends en ontwikkelingen

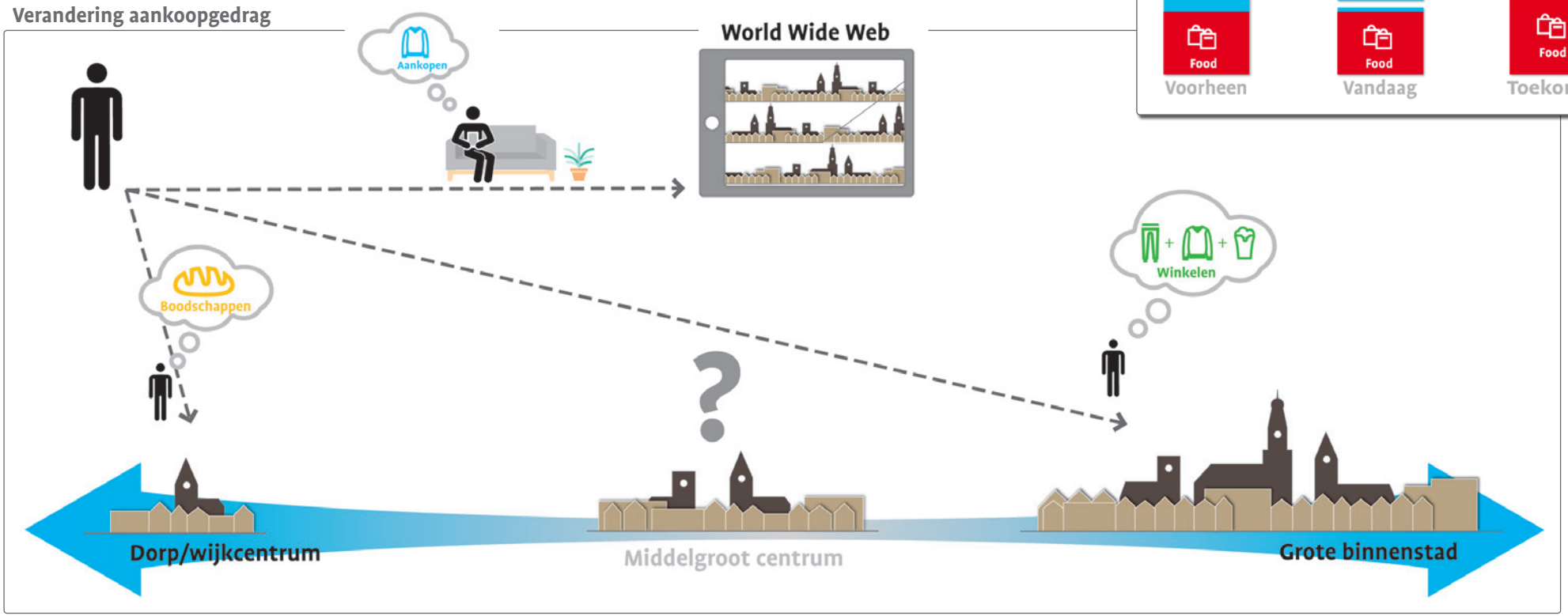
Veranderende wereld

De toekomstige positie van de centra van Meierijstad hangt ook af van landelijke marktontwikkelingen en verschuivingen in consumententengedrag. Zowel de winkel- als horecasector zijn de afgelopen jaren behoorlijk gewijzigd en zullen ook de komende jaren nog blijven veranderen. Op de volgende pagina's zijn aan de hand van twee centrumtypes (het 'oude' lokale dorpscentrum en het 'nieuwe' stedelijke culturele cluster) enkele belangrijke landelijke ontwikkelingen die voor Meierijstad relevant zijn, samengevat.

Verandering centrumfunctie

Door toename van internetwinkelen en de daaropvolgende faillissementsgolf onder winkelketens in de niet-dagelijkse sector (het kleurloze middensegment), is het belang van winkels in centra afgenomen. Veel centra transformeren nu van 'place to buy' naar 'place to be'. Bij deze transitie spelen naast horeca en winkels in de dagelijkse sector (food) ook andere sociaal-maatschappelijke en culturele centrumfuncties een belangrijke rol.





Het oude centrum: dorps en eigen

De centra van Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel zijn drie (boven)lokale dorpscentra. Deze (historische) centra liggen voor veel consumenten dicht bij huis en vormen een vanzelfsprekend onderdeel van de eigen vertrouwde leefomgeving. Hierdoor ontstaat een 'dorpse' sfeer waarin bekenden elkaar ontmoeten.





Het dagelijkse boodschappencentrum

Landelijk gezien hebben dorpscentra en grotere wijkcentra in de huidige marktomstandigheden een goede positie vanwege de nabijheid, het bezoekgemak en de nadruk op levensmiddelen (supermarkt) en frequente niet-dagelijkse producten. Het kwetsbare niet-dagelijkse winkelaanbod heeft echter, net als in alle andere centra, te maken met teruglopende bestedingen.



Onderscheidend vermogen

Service, sfeer en beleving zijn hierbij belangrijke begrippen waarmee het lokale dorpscentrum zich kan onderscheiden van online verkooppunten. Wanneer het centrumgebied meerwaarde weet te bieden ten opzichte van internet, bijvoorbeeld door een hoge service of een sterke lokale klantenbinding, is er sprake van een toekomstbestendig centrum dat relevant is voor de hedendaagse consument.



Nieuwe kansen voor dorpscentra liggen in een verbreding van hun maatschappelijke functie. De centra zijn altijd al de plek geweest waar consumenten vaak naar toe gaan. Dit kan verder worden uitgebouwd met een verbreding van het functieaanbod, zoals bijvoorbeeld met meer horeca, cultuur, zorg, leisure, werken én wonen. Het centrum wordt dan de plek waar inwoners voor nagenoeg alles terecht kunnen.

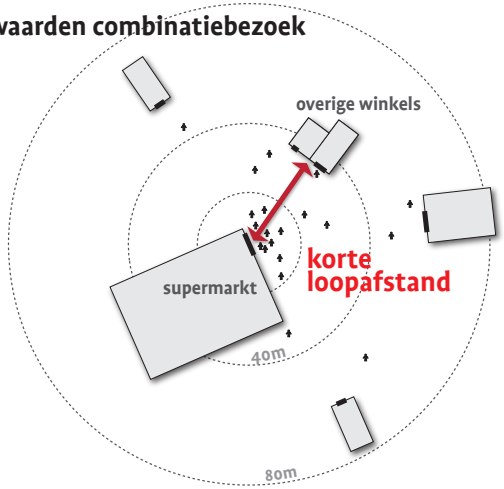
Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland

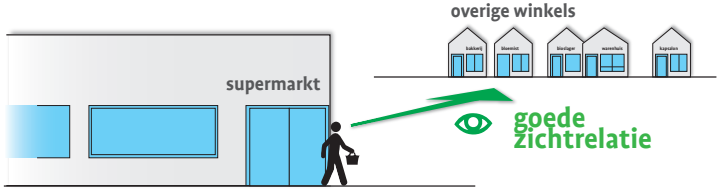


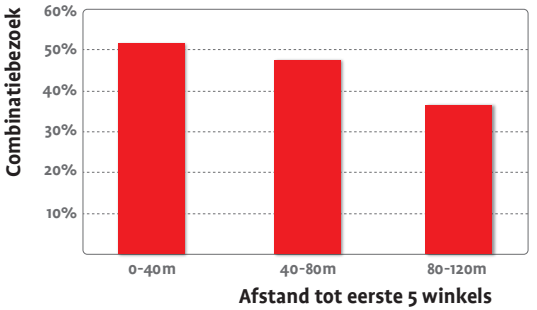
- 3x per week
- € 22,- per bezoek
- 56% met de fiets of te voet
- 75% uit eigen dorp of wijk
- 44% bezoekt ook andere winkels in het centrum

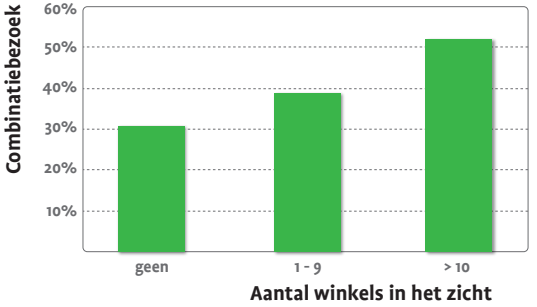
Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

Voorwaarden combinatiebezoek











Supermarkten worden gemiddeld steeds groter. Kleinschalige aanbieders verdwijnen uit de structuur (doelgroepconcepten zoals Ekoplaza en kleine stadssupers daargelaten). Vooral het aantal supermarkten van 1.200 tot 2.000 m² wvo groeit. Deze maat sluit goed aan op consumentenbehoeften (ruime opzet en assortiment), maar vraagt ook om een nog groter verzorgingsgebied (> 6.000 inwoners). Supermarkten verbreden hun services (bijv. stomerij) en assortimenten (bijv. vers), waardoor bestaande zelfstandige ondernemers beconcurreerd worden. Het aantal bakkers en slagers neemt bijvoorbeeld al jaren af.

De rol van supermarkten in centra

Voor kleine en middelgrote centrumgebieden zijn supermarkten van groot belang. Met ± 80% marktaandeel in de dagelijkse sector zijn supermarkten de basis bij het boodschappen doen en bepalen zij de keuze van een consument voor een winkelgebied. Een eigentijdse supermarkt van 1.200 m² wvo tot 1.500 m² wvo trekt ten minste 10.000 bezoekers per week. Overige winkels kunnen van deze publiekstrekkers profiteren. Hierbij zijn onderlinge afstand en zichtrelatie van belang.

Het nieuwe centrum: vermaak en beleving

Naast drie (boven)lokale dorpscentra beschikt Meierijstad met de Noordkade ook over een bijzonder ‘nieuw’ centrumgebied, waar beleving van de thema’s Food en Cultuur centraal staat. Dit concept past goed binnen de wensen van de hedendaagse (digitale) centrumbezoekers.



De opkomst van een sterke beeldcultuur (Facebook, Instagram, YouTube) maakt dat men bereid is moeite te doen voor een onderscheidende beleving. Gebieden of gebouwen met bijzondere uitstraling, historie of locatie (plekken met een verhaal) zijn dan ook geliefd. Industrieel erfgoed heeft hierbij een sterke aantrekkingskracht op avontuurlijke ondernemers en consumenten.



Altijd en overal in contact

Culturele, leisure- en horecafuncties vormen als ontmoetings- en belevingslocatie steeds vaker het visitekaartje van een centrum. De winkels zijn minder dominant in het straatbeeld. Door de invloed van sociale media en smartphones verdwijnt met name onder jongeren de behoefte aan een vaste ontmoetingsplek en -tijd. Vooral food- en/of muziekfestivals en spontane feestjes zijn populair.





Sociale media stimuleren het delen van (unieke) ervaringen en geven de ruimte om te laten zien welke levensstijl men nastreeft. Het ‘consumeren van de eigen identiteit’ wordt door de toename aan vrije tijd én de komst van de sociale media verder uitvergroot. Zeer specifieke en authentieke concepten worden mogelijk, doordat vraag en aanbod bij elkaar worden gebracht op beoordelings- en vergelijkingssites (voor en door de kritische consument).

2.5 Toekomstige voorzieningenstructuur

Het beste van twee werelden

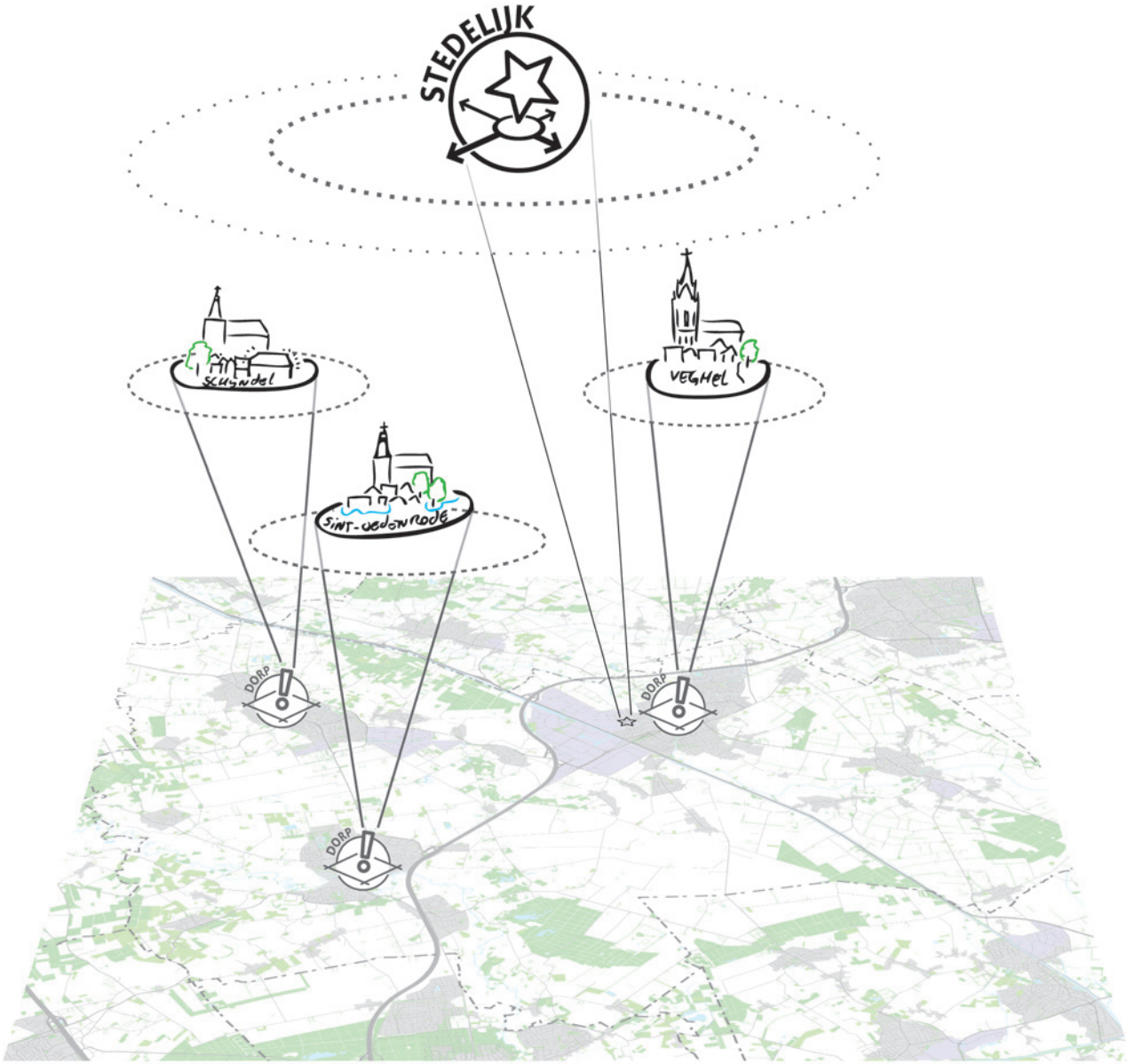
Meierijstad presenteert zich (o.a. in MvM) als een ‘dorpenstad’ met het beste van twee werelden.

> ***“Enerzijds het dorpse karakter, waar mensen dicht bij elkaar zijn, elkaar kennen en voor elkaar zorgen.”***

> ***“Anderzijds een sterke economische motor, goede recreatieve mogelijkheden en ‘stadse’ voorzieningen.”***

Deze ambitie heeft gevolgen voor de centrumstructuur in de gemeente. De drie grootste kernen hebben ieder slechts draagvlak voor een lokaal dorpscentrum. De stedelijke component moet komen van de Noordkade, waar het industriële erfgoed ingezet wordt om een meer stedelijk milieu van (creatieve) bedrijvigheid te creëren. Deze locatie heeft dan ook de potentie om het lokale verzorgingsgebied te ontstijgen en uit te groeien tot een gemeentelijk of zelfs regionaal centrumgebied.

In Veghel wordt het oude tweepolenbeleid dus doorbroken: het gebied ten oosten van de Aa fungeert als lokaal dorpscentrum voor dagelijkse behoeften, terwijl de Noordkade kan uitgroeien tot een (cultureel/leisure)centrum voor Meierijstad.



Toekomstige centrumstructuur van Meierijstad: drie dorpscentra, één stedelijk cultuurcluster

Een stad van drie dorpen

Op basis van de getoonde feiten en cijfers, bestaand beleid, bezoekersonderzoek en actuele trends en ontwikkelingen mag geconcludeerd worden dat de drie grootste kernen van Meierijstad ieder beschikken over een duidelijk hoofdcentrum voor het eigen verzorgingsgebied. Er is op dit moment geen enkele aanleiding om enige hiërarchie aan te brengen tussen de dorpscentra van Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel: ieder van de centra functioneert solitair ten opzichte van de andere twee. Met het dorpscentrum van Veghel wordt in dit geval nadrukkelijk alleen het centrumgebied ten oosten van de Aa (tussen Markt en Meijerijplein) bedoeld.

Qua profilering van de drie centra zal vooral aansluiting moeten worden gezocht bij het eigen verzorgingsgebied (leefstijlen) en het eigen dorpse karakter (historie, ruimtelijke kwaliteit). Doordat deze combinatie van factoren voor ieder dorp uniek is, zullen de dorpen elkaar automatisch aanvullen. Wanneer ieder van de dorpscentra zich primair richt op het eigen verzorgingsgebied zal er nauwelijks (onnodige) onderlinge concurrentie ontstaan.

De primaire focus op het eigen verzorgingsgebied betekent dat het belang van de dagelijkse (boodschappen)voorzieningen verder toeneemt. Supermarkten worden waar mogelijk ingezet als publiekstrekkers voor overige centrumfuncties. Dit combinatiebezoek heeft meerwaarde voor (met name niet-dagelijkse) winkels (gezien de verwachte toename van het internetwinkelen). Centrumondernemers kunnen hun positie verder versterken door een hoge service en een sterke lokale binding: voorzieningen in het centrum van het dorp moeten voor de eigen inwoner herkenbaar en vertrouwd aanvoelen.

Dit geldt niet alleen voor de detailhandel: juist het totaalplaatje van passend aanbod in winkels, horeca, cultuur, ambacht, zorg en dienstverlening maakt het centrum tot een echt dorpshart.

Het stedelijke cultuurcluster

Naast de vertrouwde en herkenbare dorpscentra wil Meierijstad haar inwoners ook ‘stadse’ voorzieningen bieden. De Noordkade, voorheen de ‘tweede centrumpool’ van Veghel, is inmiddels uitgegroeid tot een (stedelijke) ontmoetings- en vermaaklocatie die de eigen kern overstijgt. Op deze locatie zijn functies mogelijk, zoals een theater (650 stoelen), evenementenlocatie of bioscoop, die in een van de losse kernen niet zouden kunnen bestaan. Deze stedelijke voorzieningen vormen een belangrijke plus voor jongeren en andere ‘stadse’ huishoudensstijlen om in de landelijke gemeente te blijven of zelfs hier naar toe te trekken. Meierijstad heeft reeds een sterke economische positie met bedrijven die een wereldwijde reputatie genieten. Nu is het zaak om de juiste (ruimtelijke) balans te vinden tussen wonen, werken en leven.

Juist op de Noordkade wordt de bedrijvigheid voelbaar en zichtbaar. De prioriteit ligt hier dan ook in het ‘afmaken’ van het gebied met (kleinschalige) bedrijvigheid en woonfuncties, zodat het terrein daadwerkelijk een stedelijke mix van functies krijgt. Qua programmering blijft het huidige beleid in stand: in principe geen detailhandel, wel leisurefuncties die aansluiten bij de lokale bedrijvigheid in de sectoren food en cultuur (zie verder hoofdstuk 6).

Een duurzame centrumstructuur

Door voort te bouwen op de bestaande centrumgebieden wordt op duurzame wijze invulling gegeven aan de gemeentelijke voorzieningenstructuur. Zo leidt de versterking van de lokale (compacte) dorpscentra tot een vermindering van het aantal verkeersbewegingen en wordt een centrumbezoek per fiets bijvoorbeeld aantrekkelijker. Ook de herbestemming van het industriële erfgoed van de Noordkade is een voorbeeld van duurzaam ruimtegebruik.



3 Centrumvisie Schijndel

3.1 Inleiding

Het aanzicht van het Schijndelse centrum is in de afgelopen 10 jaar flink veranderd. Met het autovrij maken van het centrale deel van de Hoofdstraat, de bouw van de Glazen Boerderij en de herinrichting van de openbare ruimte is er een compact, overzichtelijk en aantrekkelijk dorpscentrum gerealiseerd. Er heerst een levendige sfeer waarin bezoekers af en aan fietsen, gezellig op het terras een kop koffie drinken en even een praatje maken met bekenden.

Het bestaande beleid, waarin een bundeling van publieke functies wordt nagestreefd, heeft positief effect uitgewerkt voor het centrum van Schijndel. De grootste uitdaging voor het Schijndelse centrum is nu om vast te blijven houden aan de koers die is ingezet. In dit hoofdstuk wordt dan ook, na een korte functioneel/ruimtelijke analyse van de huidige situatie en een indicatieve marktruimteberekening, de bestaande centrumvisie geactualiseerd. Waar nodig wordt ingezoomd op specifieke aandachtsgebieden, zoals bijvoorbeeld de hoek Hoofdstraat-Kloosterstraat. De laatste paragraaf bevat acties en maatregelen waarmee het Schijndelse centrum op niveau kan blijven.

3.2 Functioneel-ruimtelijke analyse

Positie in de kern

Schijndel telt circa 19.640 inwoners in de eigen kern. Inclusief de inwoners van Wijbosch (ca. 1.390) en het buitengebied bedraagt het totale verzorgingsgebied (grofweg de voormalige gemeente Schijndel) circa 23.650 inwoners. Evenals voor de gemeente Meierijstad wordt voor Schijndel een lichte bevolkingsgroei (+4% in 2030) en toenemende vergrijzing verwacht.

Schijndel bestaat uit een langgerekt dorpslint (Hoofdstraat-Boschweg) met woonwijken aan weerszijden. Centraal in dit lint ligt het dorpscentrum, waarbij het inwonertal bijna gelijk verdeeld is over de noord- en zuidzijde van het dorp. Aan beide zijden van het dorp bevindt zich bovendien een aanvullend buurt-/wijkcentrum. Ten zuiden van het dorp is sprake van grootschalige detailhandel, met onder andere De Wit en Van Cranenbroek en de grootste supermarkt van het dorp (Jumbo Rooiseheide).

Bestaande centrumfuncties

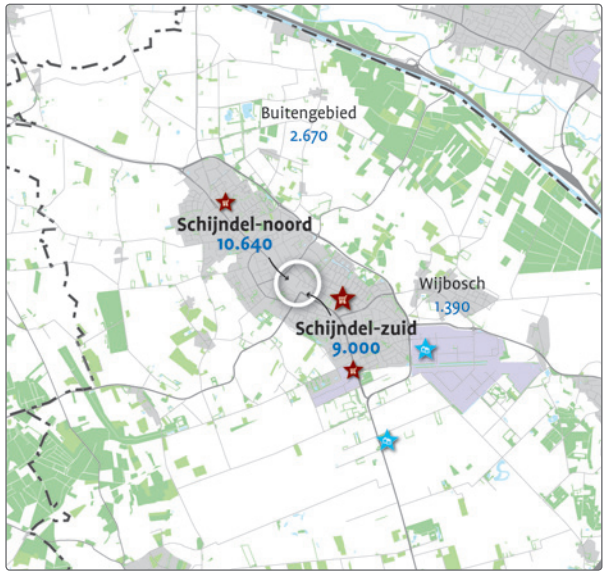
In totaal is er momenteel 17.140 m² wvo* aanwezig in het centrum van Schijndel. Met circa 1.330 m² wvo kent het centrum relatief

* Locatus (augustus 2018), bewerking DTNP



De Glazen Boerderij: blikvanger in de Hoofdstraat

Schijndel-Centrum: ligging in de kern

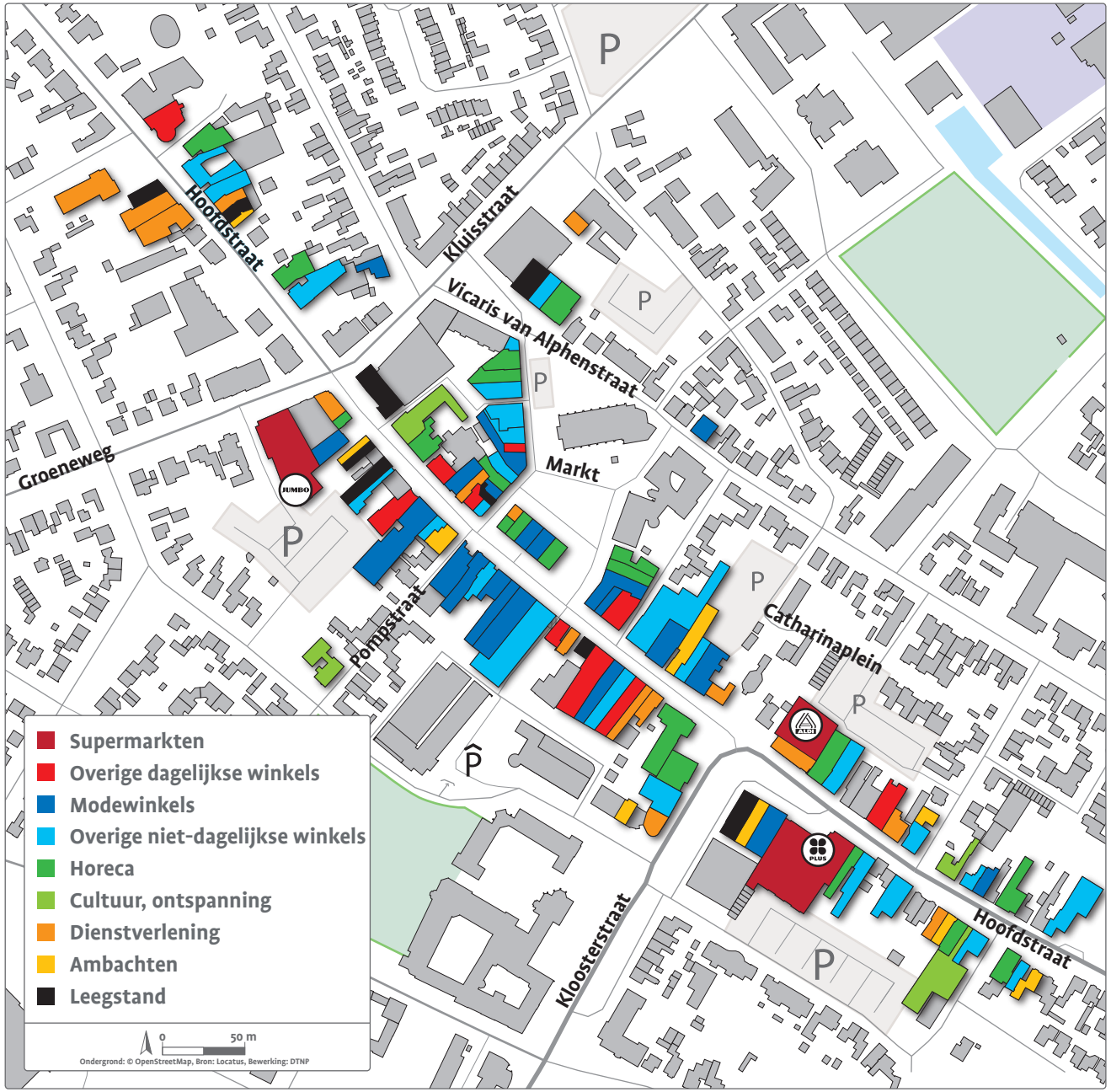


weinig leegstand. Zowel aan de noord- als aan de zuidzijde van het autovrije winkelgebied bevinden zich supermarkten met goede parkeervoorzieningen: Jumbo (ca. 1.000 m² wvo) in het noorden, Aldi (ca. 600 m² wvo) en PLUS (ca. 1.600 m² wvo) in het zuiden. Voor de Aldi-supermarkt is een principeverzoek tot vergroting ingediend. Met deze publiekstrekkers aan beide uiteinden en enkele landelijke ketens centraal in het winkelgebied (Kruidvat, Etos en HEMA) kent Schijndel een heldere centrumstructuur. Door de aanwezige horeca en enkele dienstverleners heeft de Hoofdstraat bovendien een levendig en afwisselend karakter. Opvallend is het ontbreken van een winkel in huishoudelijke artikelen.

Aanloopgebieden

Op verschillende locaties rondom het centrum zijn/worden leeggekomen commerciële ruimtes omgevormd tot woonruimte. Mede hierdoor is het percentage leegstand teruggebracht tot een gezond niveau van 5 à 7%. Buiten het centrale winkelgebied (Hoofdstraat, vanaf Jumbo tot en met PLUS) bevinden zich nog enkele ondernemingen in de detailhandel, horeca en dienstverlening. Deze delen van de Hoofdstraat (noord en zuid) en de Markt (hoek Vicaris van Alphenstraat) zijn in het huidige beleid getypeerd als aanloopgebied en kennen geen aaneengesloten publiek front.

Huidig aanbod in het centrum van Schijndel (peildatum aug. 2018)



Parkeervoorzieningen

De belangrijkste parkeervoorzieningen bevinden zich aan de zuidwestzijde van het centrum. De parkeerterreinen van supermarkten Jumbo en PLUS en de openbare parkeergarage achter de HEMA zijn goed bereikbaar en goed aangesloten op de centrumstructuur. Aan de noordzijde van het centrum is op 'de Steeg' voldoende ruimte voor langparkeerders. Het enige verbeterpunt ligt rond het Catharinaplein, waar de parkeerplaatsen enigszins versnipperd langs de parkeerroute liggen. Het openstellen van enkele plaatsen aan de Markt voor kort parkeren heeft een positief effect voor de naastgelegen ondernemingen, die nu snel en effectief bezocht kunnen worden (Stop&go) met de auto.

De zaterdagmarkt

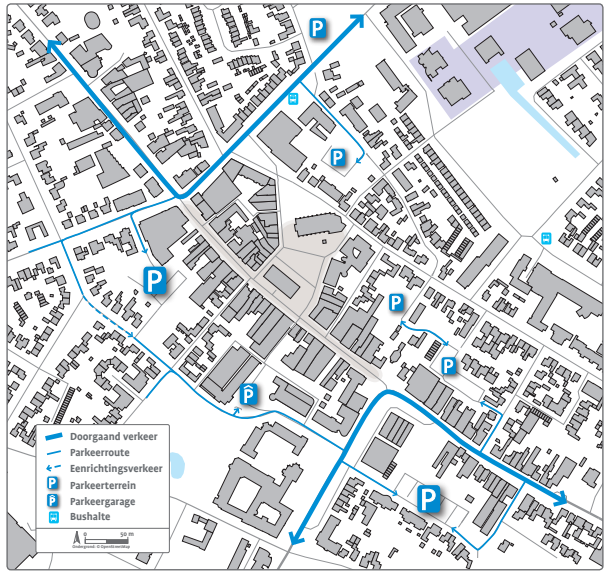
De zaterdagse warenmarkt trekt veel bezoekers (ook van buiten het dorp) naar Schijndel. In het kader van deze centrumvisie is bezoekers van het Schijndelse centrum gevraagd naar hun bezoekdoel. Voor meer dan driekwart van de respondenten op zaterdag was de markt (mede) een reden om het centrum van Schijndel te bezoeken. De meeste bezoekers (ca. 54%) combineerden die zaterdag het bezoek aan de markt met een bezoek aan een winkel in het centrum. In de reacties op de online enquête wordt de warenmarkt meermaals genoemd als sterk punt van het Schijndelse dorpscentrum. Slechts een enkeling heeft kritiek ("saaie zaterdagmarkt").

Ruimtelijke structuur

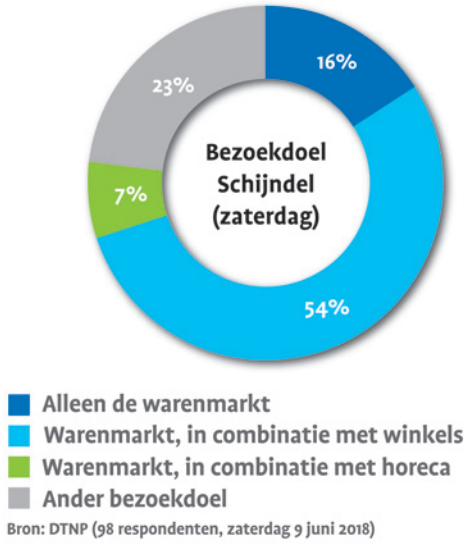
Het centrum van Schijndel is vrij 'stenig' van aard en heeft, in tegenstelling tot Veghel (Aa) en Sint-Oedenrode (Dommel), geen duidelijke relatie met het omliggende landschap. Rondom het centrum zijn wel enkele groene bomenlanen (delen van de Hoofdstraat, Kloosterstraat en Groeneweg) te vinden. De kloostertuin ligt op enige afstand en is niet vanuit de centrumzijde toegankelijk.

Het centrale deel van de Hoofdstraat, tussen Kloosterstraat en Kluisstraat, en de Markt zijn in 2015 heringericht en autoluw gemaakt, waardoor de openbare ruimte nu een hoogwaardige uitstraling kent. Doordat de centrale rijloper een vrij breed profiel heeft, hebben fietsers hier ruim baan. Daarnaast is er door middel van een strook met natuurstenen platen de loop van de vroegere tramrails geaccentueerd. Zeker op plaatsen waar veel fietsen geparkeerd staan, leidt dit tot een relatief smalle voetgangersstrook voor de winkels. Aan de zuidzijde van het centrum is er een abrupte overgang tussen het heringerichte

Duidelijke parkeerroute zuidzijde



Bezoekdoel centrumbezoekers op zaterdag



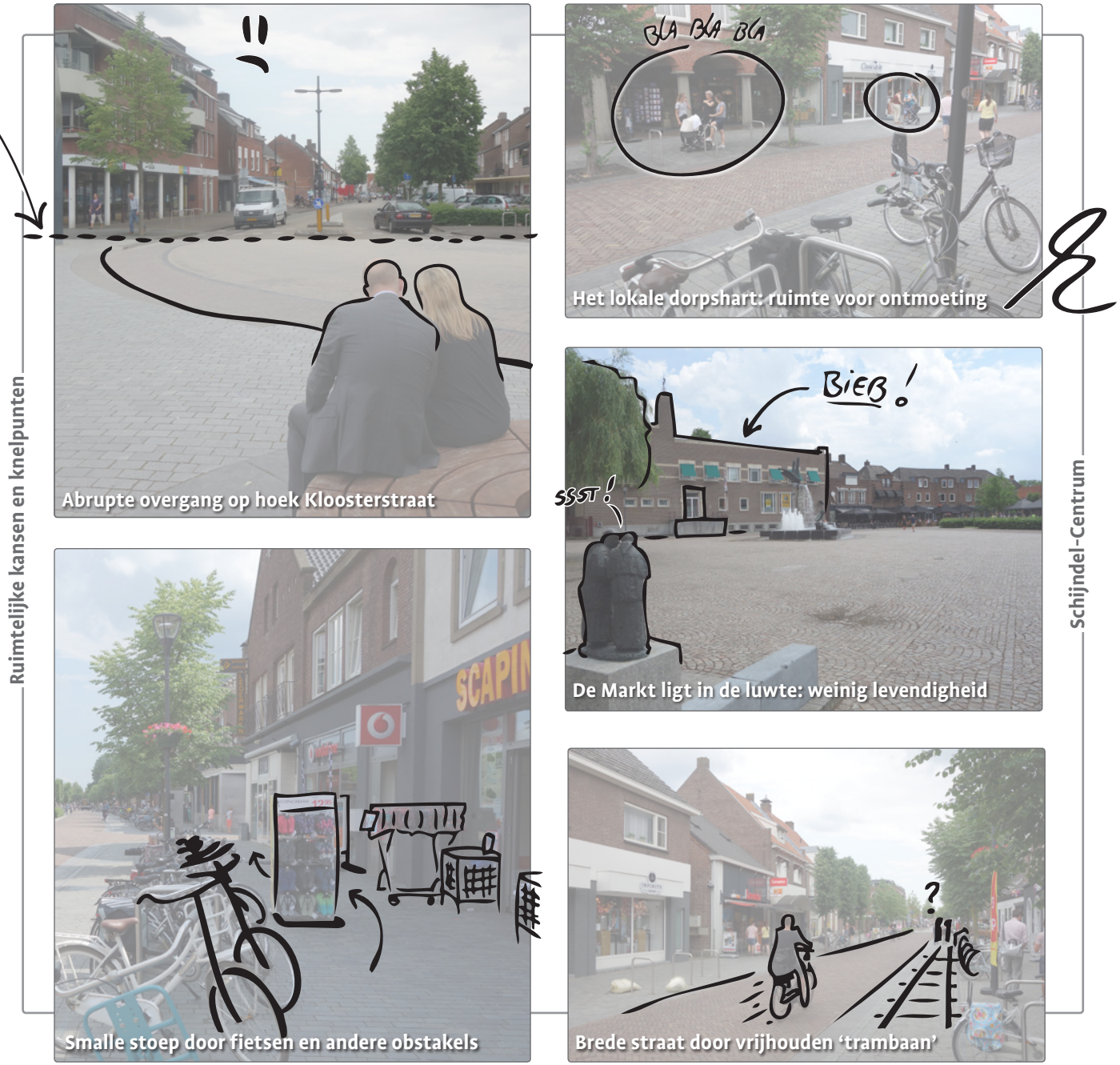
Bron: DTNP (98 respondenten, zaterdag 9 juni 2018)

voetgangersgebied en de hoek Hoofdstraat-Kloosterstraat; de openbare ruimte heeft hier duidelijk een mindere uitstraling en het doorgaand verkeer is dominant aanwezig.

De Glazen Boerderij is een markant gebouw dat opvalt in het dorpslint. Door de groene 'erfafscheiding' en de terrasruimte op de kop van het gebouw voelt de straat hier iets ruimer van opzet. De Markt ligt sinds de komst van het gebouw wel enigszins in de luwte, mede doordat de meeste ondernemingen hun ingang aan de zijde van de Hoofdstraat hebben. Wel bestaan er plannen om de bibliotheek (nu tijdelijk gehuisvest aan de Hoofdstraat) onder te brengen in het voormalige gemeentehuis aan de Markt.

Conclusie

Het gaat goed met het Schijndelse centrum: bezoekers zijn overwegend positief (7,3 in de online enquête, 7,6 in het bezoekersonderzoek) en de leegstand is minimaal. Een voortzetting van het huidige beleid ligt dan ook voor de hand mits de huidige omvang in toekomst nog passend is. Vervolgens kan verder worden ingezoomd op enkele aandachtspunten, zoals de ruimtelijke overgang op de hoek Hoofdstraat-Kloosterstraat en een kwaliteitsslag in fietsenstalling en parkeervoorzieningen.



3.3 Haalbaar centrumprogramma

Indicatieve berekening haalbare marktruimte

Uit de voorgaande analyse blijkt dat het centrum van Schijndel in de huidige vorm goed functioneert. Om in te kunnen schatten of de huidige omvang van het centrum ook in de toekomst overeind blijft, wordt hier een indicatieve berekening gemaakt van de haalbare marktruimte voor de dagelijkse en niet-dagelijkse winkelsector in het centrum van Schijndel. Het bepalen van een realistisch centrumprogramma gaat, in deze tijden van veranderend consumentengedrag (toename internetaankopen), gepaard met grote onzekerheden. De hier gepresenteerde som vormt dan ook slechts een globale check of de huidige koers kan worden voortgezet.

Uitgangspunten:

- Inwoners verzorgingsgebied: kern Schijndel plus het eigen buitengebied (o.a. Wijbosch). In totaal circa 23.650 inwoners.
- Bevolkingsprognose: de prognose van de provincie Noord-Brabant voor Meierijstad gaat uit van een groei van 4% in Schijndel. Dit is in lijn met de prognose van het CBS uit 2015 voor de voormalige gemeente.
- Inkomenscorrectie: het gemiddelde inkomen per inwoner ligt in Schijndel 5% onder het landelijke gemiddelde. Dit is gecorrigeerd in de kengetallen voor winkelomzet per hoofd.

Dagelijkse sector:

- Winkelomzet per hoofd: het meest recente kengetal (2017) is voor de toekomstige marktruimte gecorrigeerd voor het groeiend aandeel internetaankopen (naar circa 5%)
- Koopkrachtbinding: in de kern Schijndel is dit naar verwachting zo'n 90%. Op basis van het oppervlakteaandeel wordt de binding aan het centrum voor de dagelijkse sector op 50% geschat. Uitgaande van een uitbreiding van de Aldi-supermarkt in de toekomst is een binding van 55% haalbaar.
- Toevloeiing: gezien de afstand tot omliggende kernen is er weinig toevloeiing te verwachten (maximaal 10%).
- Aanwezig winkelaanbod: aanname vergroting Aldi in de toekomst (ca. 400 m² wvo).

Niet-dagelijkse sector:

- Winkelomzet per hoofd: recent kengetal voor de niet-dagelijkse sector (exclusief de branches 'Doe-het-zelf', 'Wonen' en 'Tuin'). Voor de toekomstige marktruimte is dit getal gecorrigeerd voor het groeiend aandeel internetaankopen (naar 35%).
- Koopkrachtbinding en toevloeiing: op basis van recente ervaringscijfers (uitgaande van de omvang van het centrum en afstand tot een groter centrum) wordt voor de huidige situatie met 40% binding en 20% toevloeiing gerekend. In de toekomst is een lichte toename van de koopkrachtbinding mogelijk (naar 45%).
- Vloerproductiviteit (gemiddelde winkelomzet per m² wvo): er is een gewogen gemiddelde genomen voor de niet-dagelijkse sector, exclusief de branches 'Doe-het-zelf', 'Wonen' en 'Tuin', op basis van het aanwezige aanbod in Schijndel centrum.

Conclusies (zie tabellen p. 31):

1. Het huidige aanbod in de dagelijkse sector voldoet aan de berekende indicatieve marktruimte, waarbij enige groei (principeverzoek Aldi) in de toekomst mogelijk is (geprognosticeerde bevolkingstoename en verwachte stijging van de koopkrachtbinding).
2. Het niet-dagelijkse winkelaanbod is nu te groot voor het lokale verzorgingsgebied. Afbouw van aanbod in de aanloopgebieden blijft dan ook het streven. Een groei van de bevolking en een toename van de koopkrachtbinding (mits het centrum compact en aantrekkelijk blijft) compenseren in de toekomst deels de afname van de winkelomzet als gevolg van de (aannemelijke) toename van aankopen via internet.

Indicatieve berekening van marktruimte voor dagelijks winkelaanbod in Schijndel-Centrum

	2017	2027
Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet)	€ 2.496	€ 2.410
Aantal inwoners van verzorgingsgebied Schijndel	ca. 23.650	ca. 24.600
Koopkrachtbinding	50%	55%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied	€ 29,5 mln	€ 32,6 mln
Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	10%	10%
Totale winkelomzet (excl. btw)	€ 32,8 mln	€ 36,2 mln
Aanwezig winkelaanbod (in m² wvo)*	ca. 4.560 m² wvo	ca. 5.000 m² wvo*
Huidige winkelomzet (excl. btw) per m² wvo	€ 7.192	€ 7.246
Gemiddelde winkelomzet NL (excl. btw) per m² wvo	€ 7.634	€ 7.634
Afwijking van gemiddelde winkelomzet per m² wvo	- 6%	- 5%

* Bron: Locatus, bewerking DTNP (aug. 2018). Voor de toekomstige situatie in de dagelijkse sector is rekening gehouden met een uitbreiding van Aldi (+440 m² wvo)

Indicatieve berekening van marktruimte voor niet-dagelijks winkelaanbod in Schijndel-Centrum (excl. volumineuze branches)

	2017	2027
Winkelomzet per hoofd (excl. volumineuze branches, btw en internet)	€ 1.466	€ 1.215
Aantal inwoners van verzorgingsgebied Schijndel	ca. 23.650	ca. 24.600
Koopkrachtbinding	40%	45%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied	€ 13,9 mln	€ 13,5 mln
Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	20%	20%
Totale winkelomzet (excl. btw)	€ 17,3 mln	€ 16,8 mln
Gemiddelde winkelomzet NL (excl. volumineuze branches en btw) per m² wvo	€ 2.521	€ 2.521
Potentieel winkelaanbod voor Schijndel centrum	ca. 6.880 m² wvo	ca. 6.670 m² wvo
Aanwezig winkelaanbod (in m² wvo)**	ca. 8.420 m² wvo	ca. 8.420 m² wvo
Indicatie van mogelijke uitbreidingsruimte (in m² wvo)	- 1.540	- 1.750

Voor een uitgebreide toelichting op de wijze waarop deze berekeningen werken, zie: INretail/Panteia/DTNP e.a. (2018), 'Omzetkengetallen 2017'

** Bron: Locatus, bewerking DTNP (aug. 2018).

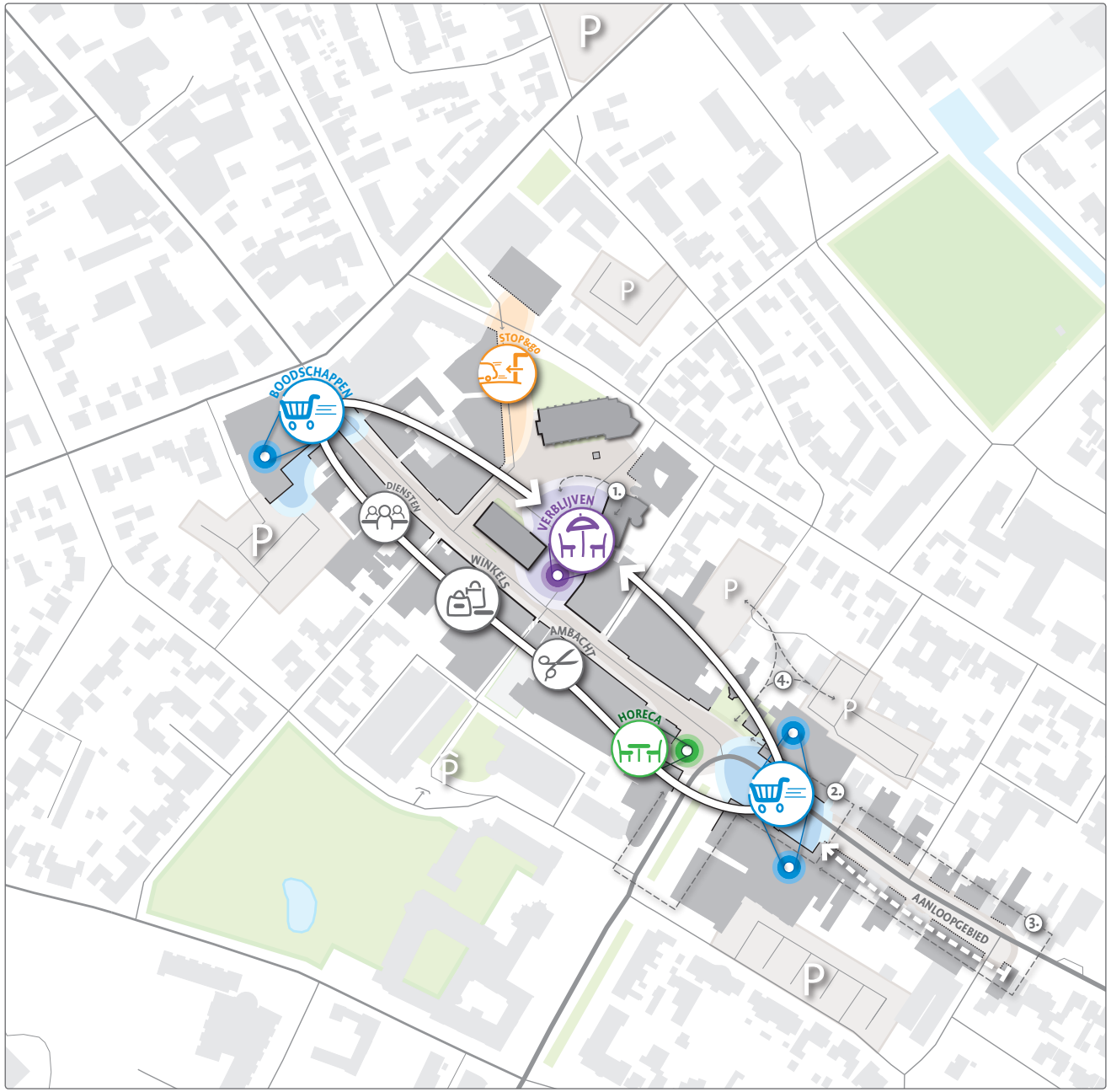
3.4 Functioneel-ruimtelijke visie

Een compact en overzichtelijk dorpscentrum
Het centrum van Schijndel heeft nu en in de toekomst primair een lokale verzorgingsfunctie voor het eigen dorp. Hiervoor is het belangrijk om vast te houden aan de ingezette beleidslijn, waarbij gestreefd wordt naar een compact en overzichtelijk dorpscentrum. De Hoofdstraat, van Jumbo enerzijds tot PLUS en Aldi anderzijds, blijft de basis van het centrumgebied.

Tussen de supermarkten vormt de Hoofdstraat een ononderbroken lint van aantrekkelijke en gevarieerde centrumfuncties. Dagelijkse en niet-dagelijkse winkels worden afgewisseld met horeca, dienstverleners en ambachten. Door een herziening van het bestemmingsplan kan er bovendien meer flexibiliteit geboden worden aan de diverse centrumondernemers. Wonen op de begane grond is hier niet passend.

Ontmoeten en beleven
De Markt is de belangrijkste verblijfsplek in het midden van het dorpslint. Hier kan je even een kop koffie drinken op het terras en bekenden ontmoeten: tijdens de weekmarkt, bij de kerk of (in de toekomst) bij de bibliotheek. Door het voormalige gemeentehuis een openbare (cultureel/maatschappelijke) invulling te geven

Gewenste functioneel-ruimtelijke structuur Schijndel-Centrum



blijft het gebouw relevant als identiteitsdrager van het dorp en zorgt het (met name overdag) voor extra publiek op de Markt. Waar mogelijk wordt de inrichting van het plein verbeterd (bijv. door vergroening) om zo het verblijfsklimaat én de levendigheid verder te versterken.

Hierbij (actiepunt 1.) wordt uiteraard rekening gehouden met de positie van de warenmarkt. De zaterdagmarkt vormt immers voor veel inwoners van Schijndel en de omliggende dorpen een belangrijk bezoekdoel. Een tweede hotspot voor ontmoeting ligt bij de horecagelegenheden aan het zuidelijke uiteinde van het autovrije gebied: hier ligt de rooilijn van de bebouwing wat verder terug en geven enkele grote bomen een extra kwaliteit aan de terrassen.

Ruimtelijke relaties verbeteren

Hoewel hier (hoek Hoofdstraat-Kloosterstraat) in de ruimtelijke uitstraling het centrum lijkt te stoppen, is de relatie met de naastgelegen supermarkten functioneel gezien belangrijk. Supermarkten zijn publiekstrekkers voor overige centrumfuncties (zie ook hfst. 2); het centrumgebied loopt dan ook door tot aan de ingang van de PLUS. Door de intensieve verkeersfunctie van dit deel van de Hoofdstraat is de aansluiting met de rest van het centrum nu echter niet optimaal. Dit overgangsgebied is dan ook een van de aandachtspunten (2.) in de verdere uitwerking. Parallel aan deze opgave kan ook de relatie met de parkeervoorzieningen aan het Catharinaplein verbeterd worden. Waar de overige parkeerterreinen goed zijn ingericht en op heldere wijze zijn verbonden met het centrumgebied liggen de parkeerplaatsen aan het Catharinaplein wat meer verspreid en achteraf.

Het samenvoegen van de parkeercapaciteit en het verbeteren van de relatie met de Hoofdstraat (4.) kan gecombineerd worden met een mogelijke uitbreiding van de Aldi-supermarkt. De indicatieve marktruimteberekening laat zien dat er enige ruimte is voor groei van het supermarktaanbod. De vergroting en een betere inpassing van Aldi zal leiden tot een hogere oriëntatie op het centrum als boodschappenbestemming, waardoor de kans op combinatiebezoek tussen supermarkt en overige centrumfuncties ook toeneemt. De ontwikkeling is daardoor gewenst.

Variatie in vestigingsmilieu

Aan de noordzijde van de Markt bieden enkele parkeerplaatsen de mogelijkheid om even snel een boodschap te doen. Hier zitten ondernemingen die doelgericht bezocht worden en waarvoor het een meerwaarde is dat de auto voor de deur geparkeerd kan worden (Stop&go).



Het streven: een compact en overzichtelijk centrum



Stop&go: voor een kort en doelgericht bezoek

Voorbij Aldi en PLUS gaat het centrumgebied over in een aanloopgebied. Publieke functies zoals detailhandel, (avond-)horeca en dienstverlening kunnen hier een plaats hebben, maar vormen geen doorlopend publieksgericht front meer. Aangezien dit gebied voor bezoekers vanuit de zuidwestzijde wel het visitekaartje van het centrum vormt, is het goed om ook hier (bijv. start van de blauwe zone) in de uitstraling van de panden en de inrichting van de openbare ruimte een verbeterslag (3.) te maken.

Behoud kwaliteit door samenwerking
Het succes van het Schijndelse centrum wordt mede bepaald door de goede toegankelijkheid voor fietsers. (Lokale) bezoekers kunnen de fiets eenvoudig voor de deur van de winkel plaatsen, wat het bezoekgemak verhoogt. De keerzijde hiervan is echter dat de geparkeerde fietsen soms het straatbeeld domineren en een obstakel vormen voor winkelende voetgangers. De optie van een centrale fietsenstalling (5.) zou in overleg met de lokale ondernemers door de gemeente onderzocht kunnen worden.

Op andere dossiers (bijv. handhaven van het onderhoudsniveau en onderlinge afstemming marketing/evenementen) zijn het juist de ondernemers die aan zet zijn. Wanneer krachten gebundeld worden kan er meer bereikt worden. Door zelf (pro)actief te handelen en elkaar waar nodig aan te spreken op ongewenst gedrag, kunnen centrumondernemers een belangrijke bijdrage leveren aan een aantrekkelijk en vitaal dorpscentrum.

Ten slotte: transformatie randgebieden
Het centrum van Schijndel is op dit moment compact en overzichtelijk. Gezien de beperkte marktruimte in het niet-dagelijkse winkelsegment is het zaak om dit ook in de toekomst zo te houden. Het is dus van belang dat de gemeente zich onverminderd blijft inzetten om buiten het centrumgebied, wanneer de kans zich voordoet, locaties met een publieksgerichte functie te transformeren naar een woonfunctie, zodat het (winkel)aanbod wordt afgebouwd en het centrum nog verder versterkt wordt.

3.5 Acties en maatregelen

Samen koers houden
Aangezien de ruimtelijk-economische structuur van Schijndel grotendeels ongewijzigd blijft, ontstaat er ruimte om door te pakken op een aantal aanvullende verbeterpunten. Het is nu zaak om het huidige kwaliteitsniveau vol te houden en waar mogelijk te verbeteren. In overlegmomenten tussen gemeente en ondernemers kunnen vervolgacties bepaald en taken verdeeld worden. In deze centrumvisie zijn enkele suggesties gedaan voor mogelijke vervolgprojecten. In deze paragraaf is een overzicht gegeven van deze projecten, waarbij een indicatie wordt gegeven van het doel, de projectleider, stakeholders, uitgangspunten en acties van de vervolgprojecten.

Eén uitgangspunt geldt voor alle projecten: er is geen tijd om achterover te leunen nu het centrum op orde is. De indicatieve marktruimteberekening laat zien dat er ook in de toekomst actief gewerkt moet worden aan een compact en aantrekkelijk centrum. Eenieder heeft de taak om te blijven investeren en zo de huidige bezoekerstevredenheid (en daarmee de koopkrachtbinding) te behouden of te verbeteren.

Levendigheid Markt vergroten

1. publieke functie gemeentehuis en plein

- **Doel:** aantrekkelijkheid Markt verbeteren
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** o.a. centrummanagement, bibliotheek, marktcommissie, omwonenden, ondernemers en vastgoedeigenaren
- **Uitgangspunt:** publiekstoegankelijke en centrumversterkende functie gemeentehuis
- **Actie:** herontwikkeling voormalig gemeentehuis, onderzoek haalbaarheid duurzame (en flexibele) inrichting openbare ruimte, etc.



Uitstraling verbeteren

3. aanloopgebied vanaf Meierijstraat

- **Doel:** samenhang aanbrengen in uitstraling aanloopgebied: visitekaartje van het centrum
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** o.a. ondernemers, omwonenden, vastgoedeigenaren, centrummanagement
- **Uitgangspunt:** onderscheid tussen aanloop- en centrumgebied (ruimtelijke afbakening)
- **Actie:** eenheid aanbrengen in bestrating en meubilair, kwaliteitsverbetering uitstraling panden stimuleren (uitstallingen/luifels), etc.

Betere ruimtelijke overgang

2. hoek Hoofdstraat-Kloosterstraat

- **Doel:** samenhang, uitstraling en verblijfskwaliteit verbeteren door herinrichting
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** o.a. PLUS, Aldi, centrummanagement, ondernemers, omwonenden, vastgoedeigenaren, st. Toegankelijk Meierijstad
- **Uitgangspunt:** behoud doorgaand verkeer
- **Actie:** herontwerp veilige en (verkeersremmende) inrichting openbare ruimte, eenheid aanbrengen in bestrating en meubilair, etc.



Bronpunt Aldi optimaliseren

4. Catharinaplein en relatie met Hoofdstraat

- **Doel:** combinatiebezoek (supermarkt en centrum) stimuleren, bezoekgemak vergroten
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** o.a. Aldi, eigenaren, ondernemers, omwonenden, centrummanagement
- **Uitgangspunt:** uitbreidingswens Aldi, mogelijkheid tot verwerving kavel Hoofdstraat 152
- **Actie:** integraal ontwerpoverleg om vergroting supermarkt te koppelen aan verbetering van de relatie met de Hoofdstraat en optimalisatie van parkeerterrein, inrichting, etc.



Fietsvoorzieningen evalueren

5. draagvlak/locatie centrale fietsenstalling

- **Doel:** bezoekgemak en toegankelijkheid centrum vergroten voor alle bezoekers
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** o.a. centrummanagement, inwoners, fietsersbond, stichting Toegankelijk Meierijstad, centrumbezoekers
- **Uitgangspunt:** vergroting aantal stallingen
- **Actie:** evaluatie van huidige fietsvoorzieningen en analyse toegankelijkheid centrum, onderzoek draagvlak/potentiële locaties centrale fietsenstalling, etc.



Bestemmingsplan herzien

6. meer flexibiliteit publieke centrumfuncties

- **Doel:** een aaneengesloten en publieksgericht centrumgebied
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** o.a. centrummanagement, ondernemers en inwoners
- **Uitgangspunt:** menging van centrumfuncties (o.a. blurring) eenvoudiger faciliteren in het centrumgebied
- **Actie:** evaluatie en actualisatie huidig bestemmingsplan, onderzoek afbakening eenduidige centrumbestemming, etc.

Behoud centrummanagement

7. ontwikkeling organisatie stimuleren

- **Doel:** gesprekspartner namens het centrum voor de gemeente en overige stakeholders
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** ondernemers
- **Uitgangspunt:** financiële ondersteuning gemeente in lijn met opgaven per centrum
- **Actie:** centrummanagement blijven ontwikkelen/professionaliseren, draagvlak samenwerking tussen centra van Meierijstad onderzoeken, etc.

Afspraken onderhoudsniveau

8. handhaven van een net en schoon centrum

- **Doel:** een hoogwaardige uitstraling van het gehele centrumgebied (schoon, heel en veilig)
- **Projectleider:** centrummanagement
- **In overleg met:** o.a. gemeente, bezoekers, omwonenden (en evt. sociale instellingen)
- **Uitgangspunt:** proactief en sociaal
- **Actie:** evaluatie huidig onderhoudsniveau, afspraken over eigen initiatief (oog voor detail), verkenning mogelijkheid beheerder openbare ruimte (bijv. re-integratie), etc.



Marketing en evenementen

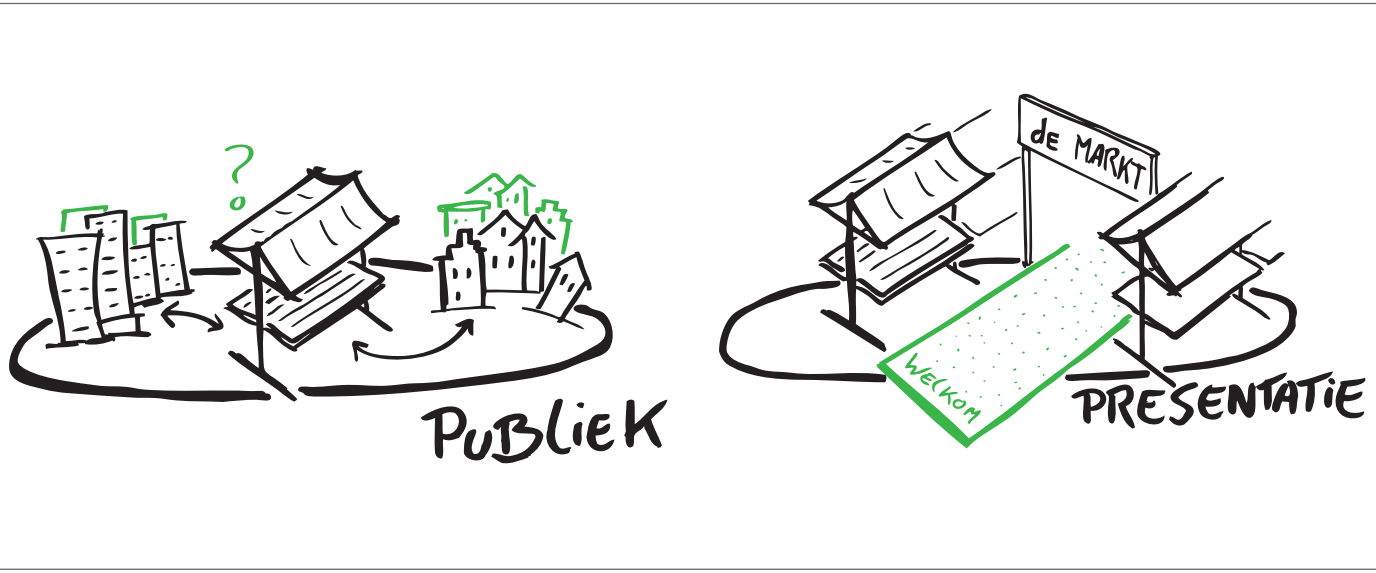
10. afstemmen van promotie en activiteiten

- **Doel:** bekendheid en aantrekkelijkheid Schijndel-Centrum vergroten
- **Projectleider:** centrummanagement
- **In overleg met:** o.a. ondernemers, gemeente
- **Uitgangspunt:** n.t.b.
- **Actie:** afstemmen van promotie door gezamenlijke organisatie en marketing, (nieuwe) jaarlijkse activiteiten en evenementen, etc.

Warenmarkt doorontwikkelen

9. aantrekkelijk voor jong en oud

- **Doel:** een aantrekkelijke en vitale warenmarkt die relevant is voor de lokale bezoeker
- **Projectleider:** marktcommissie
- **In overleg met:** o.a. gemeente, centrummanagement, ondernemers
- **Uitgangspunt:** kruisbestuiving tussen markt en lokale ondernemers vergroten
- **Actie:** onderzoek naar verzorgingsgebied (en leefstijlen) Schijndelse warenmarkt, aanbod afstemmen op verzorgingsgebied en regulier centrumaanbod, innovatie stimuleren, etc.





4 Centrumvisie Sint-Oedenrode

4.1 Inleiding

Met de monumentale panden aan de Markt heeft Sint-Oedenrode een herkenbaar en sfeervol historisch dorpshart. Door de ligging in het beekdal van de Dommel en de aanwezigheid van enkele toprestaurants heeft de kern een aantrekkelijk toeristisch/recreatief karakter als hoogwaardige buitenplaats. De welgestelde huishoudensstijlen ‘Gouden Rand’ en ‘Elitaire topklasse’ zijn hier dan ook meer gevestigd dan in de rest van Meierijstad. Ondanks dit sterke profiel en een hoge waardering van bezoekers (60% van de bezoekers beschrijft het centrum als “sfeervol”) liggen er wel enkele urgente opgaven voor het centrum. Zo kan de inrichting van de Markt verbeterd worden, is er in Borchgrave sprake van langdurige leegstand en zal de geplande verplaatsing van de AH-supermarkt mogelijk een gat slaan in het winkelaanbod aan de Markt.

In de bestaande centrumvisie uit 2010 zijn de knelpunten (vergroting supermarkt en splitsing looproutes) ook beschreven, maar dit heeft niet geleid tot een concrete verbetering. Daarom is het nu tijd om op basis van een functioneel-ruimtelijke analyse en haalbaar programma een structurele keuze te maken voor een duurzame centrumstructuur voor het dorpshart.

4.2 Functioneel-ruimtelijke analyse

Positie in de kern

Het centrum van Sint-Oedenrode is gelegen in een bocht van de Dommel, de bebouwing ligt ten noorden en ten zuiden van het beekdal. De kern Sint-Oedenrode telt in totaal circa 11.000 inwoners, waarvan tweederde ten noorden van de Dommel woont. In het buitengebied rondom Sint-Oedenrode wonen circa 7.000 inwoners, die ook tot het verzorgingsgebied van het centrum behoren. Nijnsel is hiervan de grootste kern met circa 1.380 inwoners.

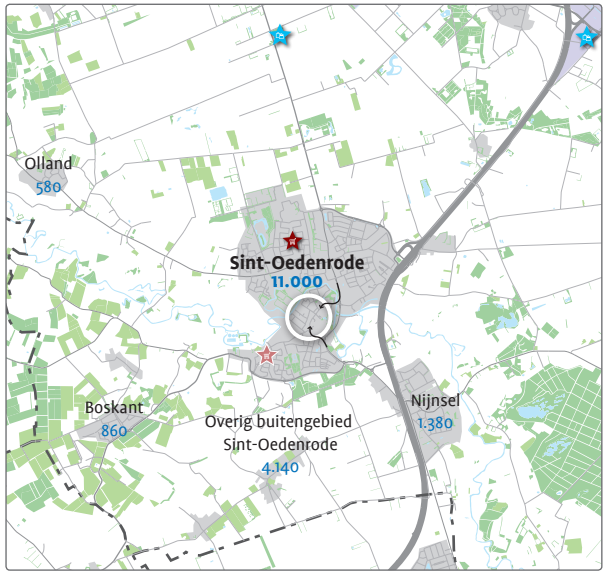
Ten noorden van het centrum bevindt zich een ondersteunend buurtcentrum met supermarkt (ca. 925 m² wvo). Aan de zuidzijde van het dorp wordt momenteel gebouwd aan een nieuwe (Lidl-)supermarkt van circa 1.500 m² wvo.

Bestaande centrumfuncties

Het centrum van Sint-Oedenrode bestaat uit circa 16.200 m² winkelvloeroppervlak (wvo) en circa 115 publieksgerichte ondernemingen. Aan de zuidzijde van het centrum is de grootste supermarkt gevestigd: EMTÉ met circa 1.100 m² wvo. De AH-supermarkt aan de Markt (circa 840 m²) zal naar alle waarschijnlijkheid verplaatst worden, omdat uitbreiding op de huidige locatie niet mogelijk is. De gemeenteraad van de voormalige gemeente Sint-Oedenrode heeft, onder voorwaarden, ingestemd met een verplaatsing naar het terrein van de voormalige drankhandel De Leijer. Een van die voorwaarden is dat de toegang van supermarkt en parkeerterrein aan de Borchmolendijk komen te liggen. Aldi (ca. 720 m² wvo) ligt net buiten het centrumgebied aan het Sluisplein.

Het overige dagelijkse aanbod ligt verspreid over het centrum: een bakker en twee drogisterijen (aan de Markt), twee slagers (Heuvel en Kerkstraat) en een groentewinkel (Borchgrave). Winkels voor niet-dagelijkse artikelen en mode-

Centrum Sint-Oedenrode: ligging in de kern



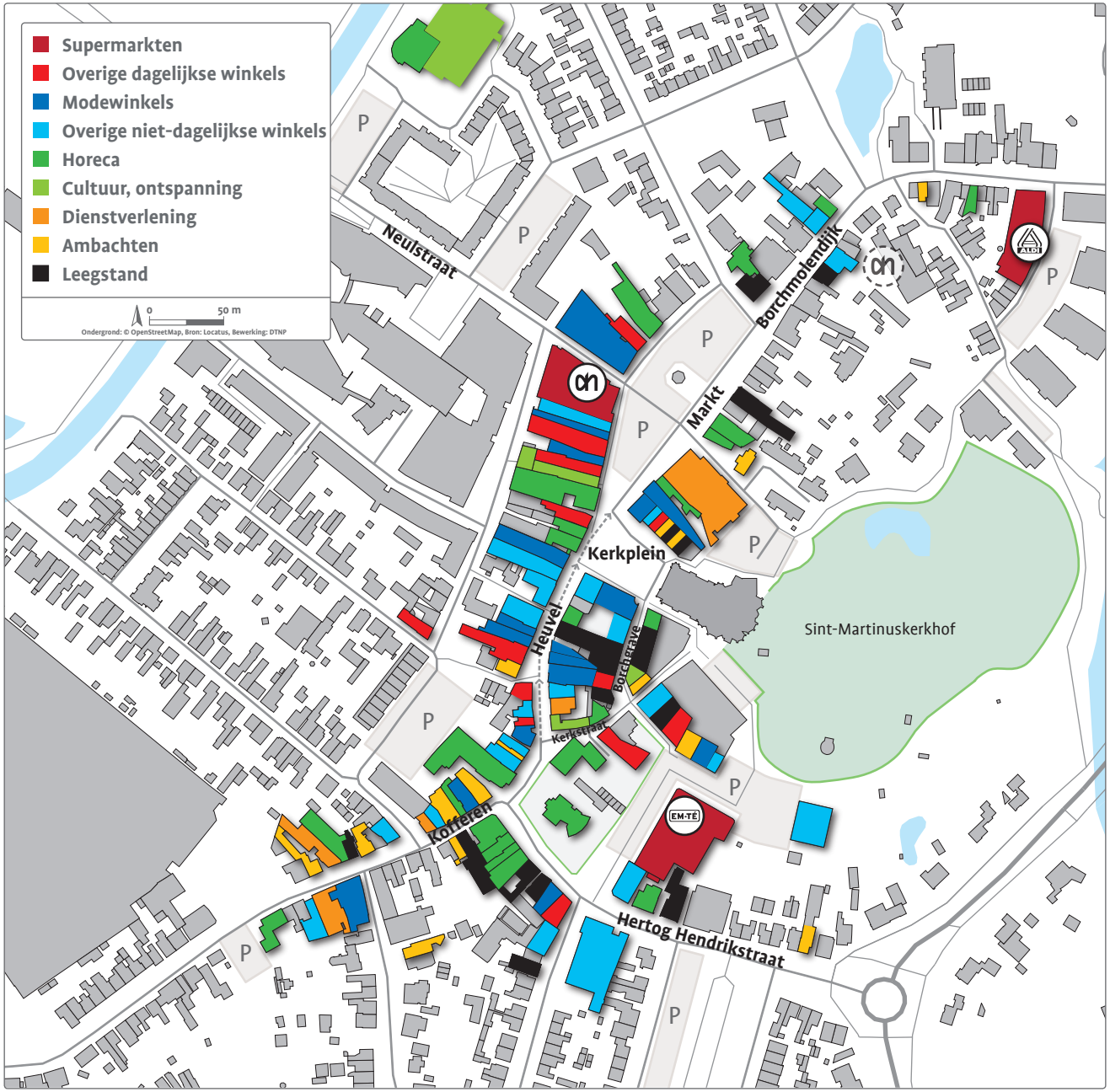
winkels liggen met name aan de Heuvel en de Markt, waarbij landelijke ketens en zelfstandige ondernemers elkaar afwisselen. Aan het zuidelijke uiteinde van het winkelgebied is Action gevestigd. De weekmarkt vindt op vrijdag op de Markt plaats. Horeca is met name geclusterd rond de hoek Heuvel/Hertog Hendrikstraat, maar ook aan het Kerkplein en rondom de Markt zijn enkele (hoogwaardige) horecaondernemingen gevestigd. Met restaurant Wollerich beschikt Sint-Oedenrode zelfs over een Michelinster.

Het leegstandspercentage in het centrum is circa 10% en is vooral zichtbaar in Borchgrave. Hier staan meerdere units leeg, waarvan enkele structureel (sinds de nieuwbouw). Aan de Heuvel is de leegstand sinds 2010 juist afgenomen. Het overige deel van de panden staat slechts korte tijd leeg (peildatum aug. 2018) en/of bevindt zich in de uitlopers van het centrumgebied. Zo maakt de straat Kofferen sinds 2010 geen onderdeel meer uit van het winkelconcentratiegebied. In deze aanloopstraat zijn, naast ambachtelijke en dienstverlenende ondernemingen, nog wel enkele (mode)winkels gevestigd.

Ruimtelijke structuur

Van oudsher vormen Markt en Heuvel het Rooise centrum, overgaande in het dorpslint van Eerschot aan de andere kant van de Dommel.

Huidig aanbod in het centrum van Sint-Oedenrode (peildatum aug. 2018)



Met name langs de Borchmolendijk en rondom de Markt, waar het dorpslint zich verbreedt tot een (markt)plein, geven de aanwezige (rijks-) monumenten het dorp een historisch karakter. Ook verderop langs de Heuvel is de historie van het dorp duidelijk zichtbaar aan de oude rooi-lijnen, zoals bij het voormalige Sint-Paulusgast-huis (nu VVV en museum) op de hoek met de Kerkstraat. Door de aanwezige bomen kent dit deel van het centrum een prettig verblijfsklimaat, waar dorpsgenoten elkaar ontmoeten bij de lokale horeca. Hetzelfde geldt voor de terrassen aan de rand van de Markt. Het plein zelf functio-neert nu vooral als parkeerplaats, waardoor de historische kwaliteiten van de plek niet optimaal benut worden. De kiosk vormt hierbij, door een gebrek aan duidelijke functie, een sta-in-de-weg.

Het Kerkplein (gelegen tussen Markt en Heuvel) voelt mede door de schaal van de omliggende bebouwing wat minder ‘knus’ dan de andere twee verblijfsgebieden; de terrassen liggen op een ‘eiland’ tussen straat en kerk. Achter de Sint-Martinuskerk strekt het gelijknamige kerk-hof zich uit tot aan de Dommel. Deze centrale groene ruimte heeft door de ligging en het gesloten karakter echter geen relatie met overige delen van het centrum. Doordat het centrum in een bocht van de Dommel ligt, is de natuur toch nooit echt ver weg.

Ruimtelijke kansen en knelpunten



Auto’s bepalen het beeld op de Markt


Enkele terrassen als een eiland op het Kerkplein



Kofferen: centrumgebied of aanloopstraat?


Divers horeca-aanbod én een sfeervolle omgeving


Geen zichtrelatie tussen Borchgrave en Heuvel

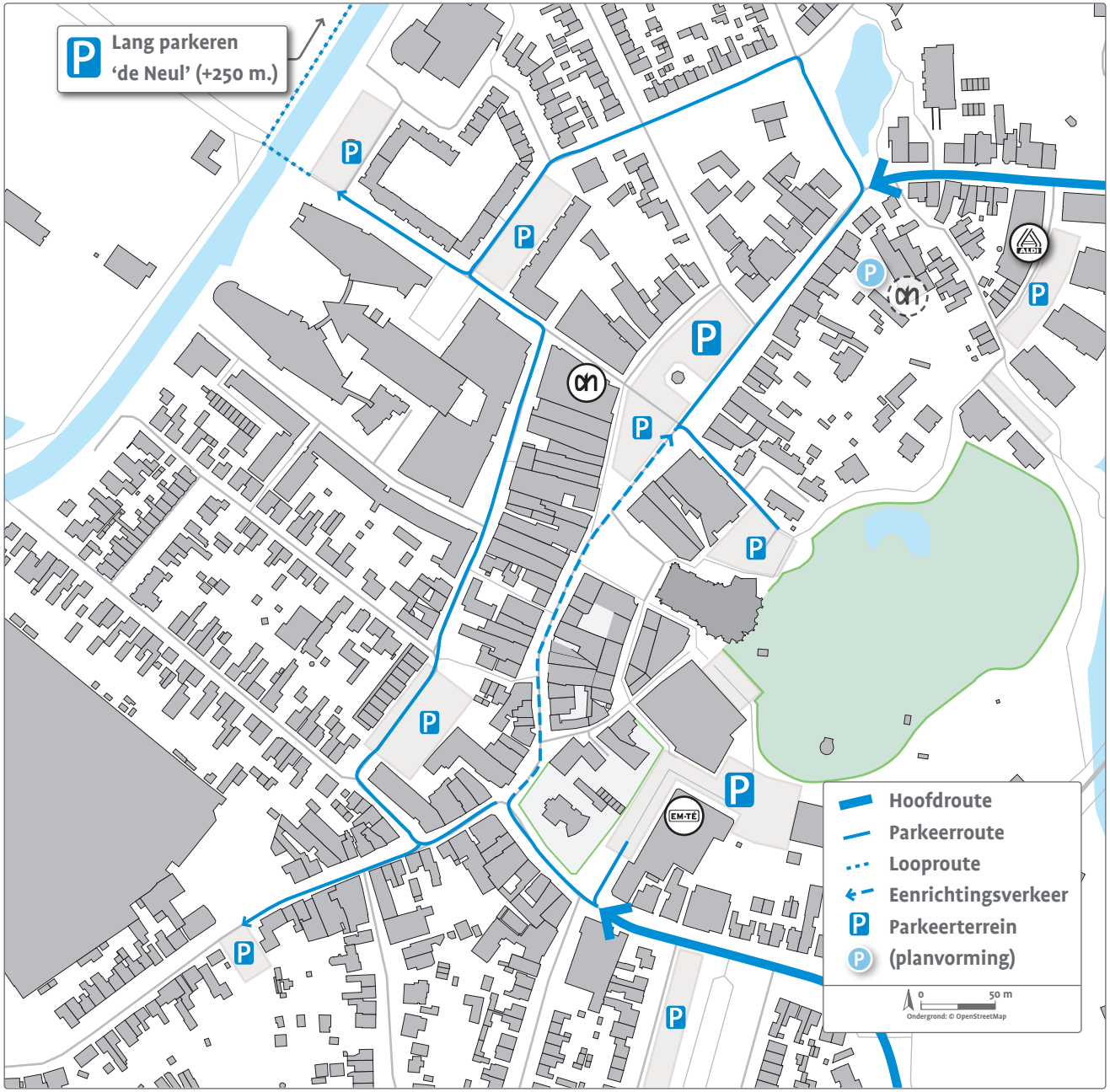
Sint-Oedenrode-Centrum

Sinds de komst van het nieuwbouwproject Borchgrave is het winkelcircuit vanaf het Kerkplein gesplitst in twee takken: Heuvel en Borchgrave. Komende vanaf de Markt is de entree van Borchgrave slecht zichtbaar. Door het smalle profiel met hoge gevels en door de leegstaande winkelunits aan weerzijden heeft deze 'steeg' minder uitstraling dan het historische dorpslint. De Heuvel is ingericht als 'shared space', waarbij voetgangers, fietsers en autoverkeer de openbare ruimte op natuurlijke wijze delen. De Kerkstraat, die als verbinding tussen Heuvel en Borchgrave zou moeten functioneren, biedt geen goede zichtrelatie tussen beide plekken. Het pleintje voor de HEMA werkt door de vele verbindingen zelfs desoriënterend. De verbinding met het parkeerterrein van EMTÉ is weinig aantrekkelijk.

Parkeervoorzieningen

Het centrum van Sint-Oedenrode kent een parkeerroute die langs diverse parkeerlocaties in en rond het centrum voert. Het parkeerterrein bij EMTÉ en op de Markt vormen hierbij de belangrijkste 'bronpunten'. Eventuele verplaatsing en vergroting van AH zal leiden tot een vergroting van de parkeercapaciteit aan de noordzijde van het centrum. Aan de overkant van de Dommel, op circa 450 meter lopen van de Markt, bevindt zich een terrein ('de Neul') dat

Parkeerroute en -voorzieningen in centrum Sint-Oedenrode

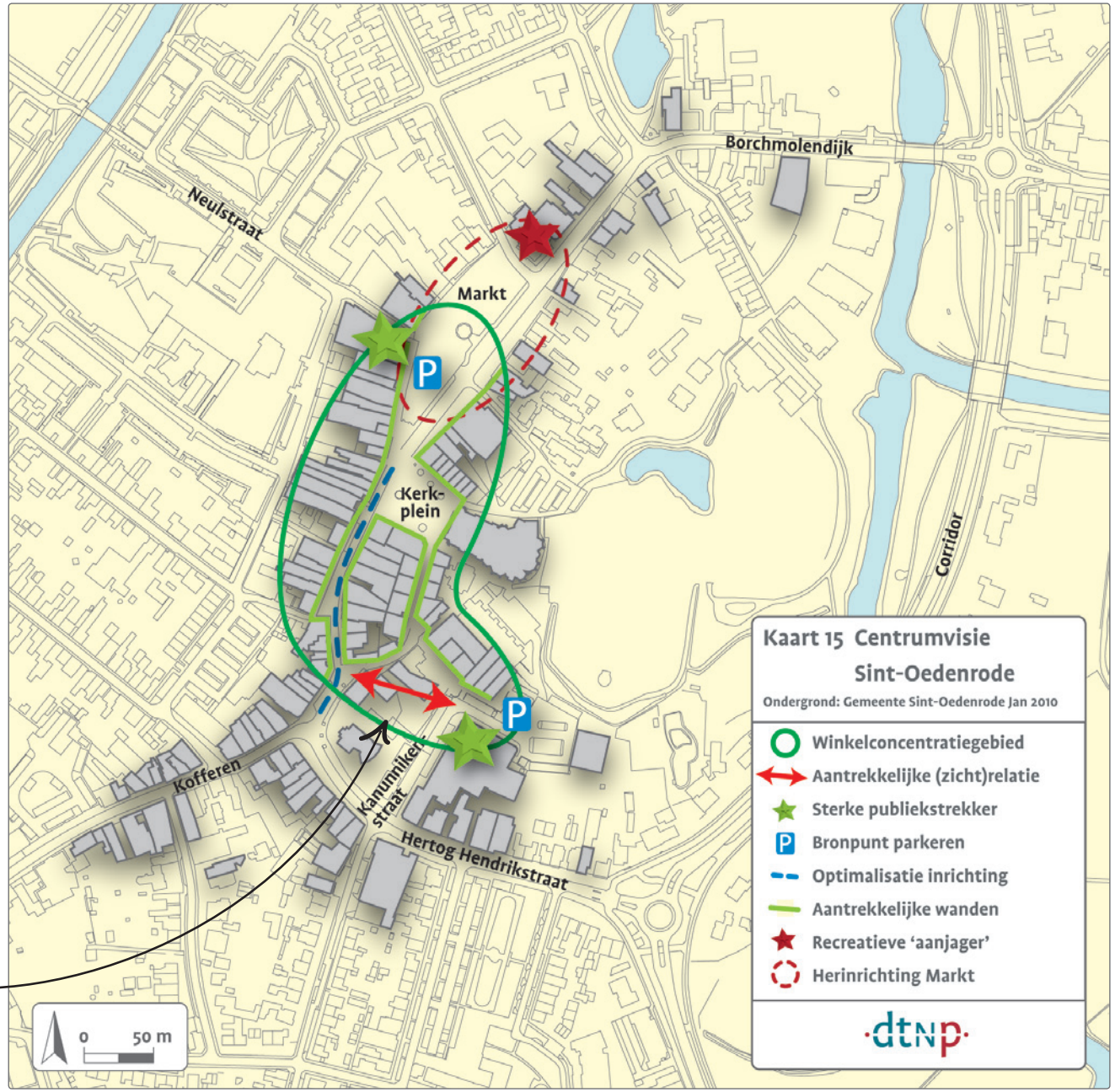


bedoeld is voor lang parkeren en als camperstandplaats. Gezien de ligging heeft dit terrein hoofdzakelijk een functie voor de toeristische bezoeker. Verspreid over het centrum zijn fietsenrekken geplaatst, waardoor lokale bezoekers de fiets gemakkelijk dicht bij de publieksgerichte voorzieningen kunnen stallen.

Conclusie

Het centrum van Sint-Oedenrode wordt door de meeste bezoekers gewaardeerd om de historische uitstraling en de gezelligheid. Het centrum kent dan ook enkele sterke verblijfsplekken met hoogwaardige horeca. Het winkelaanbod is van een omvang die passend is bij het dorp, waarbij enkele lokale ondernemingen het centrum een 'eigen' karakter geven. Het centrum scoort dan ook een goede voldoende onder de bezoekers. Het belangrijkste knelpunt in het huidige centrum is de positie van Borchgrave. De hoofdwinkelstructuur met twee takken (zoals vastgesteld in 2010) is, vanwege het uitblijven van ruimtelijke ingrepen, geen succes. Waar de Heuvel inmiddels weinig leegstand meer kent, is deze in Borchgrave nog wel aanwezig. Aangezien het sinds het vaststellen van de vorige centrumvisie niet gelukt is de ruimtelijke relatie te verbeteren, wordt het inmiddels tijd om de hoofdwinkelstructuur met twee takken (Heuvel en Borchgrave) te herzien.

Oude centrumvisie: hoofdwinkelstructuur met twee takken (DTNP, 2010)



4.3 Haalbaar centrumprogramma

Indicatieve berekening haalbare marktruimte

De leegstand in Borchgrave is aanleiding om de huidige omvang van het (niet-dagelijkse) winkelprogramma in het centrum van Sint-Oedenrode te evalueren. De komst van een nieuwe supermarkt (buiten het centrum) zal het toekomstig centrumprogramma bovendien naar verwachting verder onder druk zetten. Om in te kunnen schatten wat ongeveer een haalbaar centrumprogramma is in de toekomst, wordt hier een indicatieve berekening gemaakt van de potentiële marktruimte in Sint-Oedenrode.

Voor het dagelijkse winkelaanbod wordt naar het totale aanbod in Sint-Oedenrode gekeken, om zo de invloed van de nieuwe Lild-supermarkt beter te kunnen duiden. Voor het niet-dagelijkse winkelaanbod wordt de som wel beperkt tot het aanbod in het centrum van Sint-Oedenrode. Het bepalen van een realistisch centrumprogramma gaat, in deze tijden van veranderend consumentengedrag (toename internetaankopen), gepaard met verschillende onzekerheden. De hier gepresenteerde som vormt dan ook geen exact uitgangspunt voor de visie, maar meer een kaderstellende toets voor de te kiezen oplossingsrichting.

Uitgangspunten:

- Inwoners verzorgingsgebied: kern Sint-Oedenrode plus enkele kleine kernen (o.a. Nijnsel, Olland en Boskant) in het eigen buitengebied (voormalige gemeente).
- Bevolkingsprognose: de provincie Noord-Brabant verwacht voor 2027 een lichte groei (van 1,5%) voor Sint-Oedenrode.
- Inkomenscorrectie: het gemiddelde inkomen per inwoner ligt in Sint-Oedenrode zo'n 2% onder het landelijke gemiddelde (CBS). Dit is gecorrigeerd in de kengetallen voor de winkelomzet per hoofd.

Dagelijkse sector:

- Winkelomzet per hoofd: het meest recente kengetal (2017) is voor de toekomstige marktruimte gecorrigeerd voor het groeiend aandeel internetaankopen (naar circa 5%)
- Koopkrachtbinding: in de kern Sint-Oedenrode is dit naar verwachting zo'n 90%. Uitgaande van uitbreiding van de AH-supermarkt en de komst van Lidl is in de toekomst is een binding van 95% haalbaar.
- Toevloeiing: gezien de afstand tot omliggende kernen is er nauwelijks tot geen toevloeiing te verwachten (maximaal 5%).
- Aanwezig winkelaanbod: de toekomstige omvang (+ ca. 2.000 m² wvo) is een schatting op basis van plannen voor Lidl en AH.

Niet-dagelijkse sector:

- Winkelomzet per hoofd: recent kengetal voor de niet-dagelijkse sector (exclusief de branches 'Doe-het-zelf', 'Wonen' en 'Tuin'). Voor de toekomstige marktruimte is dit getal gecorrigeerd voor het groeiend aandeel internetaankopen (naar 35%).
- Koopkrachtbinding en toevloeiing: op basis van recente ervaringscijfers (uitgaande van de omvang van het centrum en afstand tot een groter centrum) is voor 2017 met 40% binding en 20% toevloeiing gerekend. In de toekomst is een toename van de koopkrachtbinding mogelijk (naar 45%).
- Vloerproductiviteit (gemiddelde winkelomzet per m² wvo): er is een gewogen gemiddelde genomen voor de niet-dagelijkse sector, exclusief de branches 'Doe-het-zelf', 'Wonen' en 'Tuin', op basis van het aanwezige aanbod in Rooise centrum.

Conclusies (zie tabellen p. 44):

1. Het huidige aanbod in de dagelijkse sector voldoet aan de berekende indicatieve marktruimte. Met de geplande supermarktontwikkelingen (met name door de komst van de vijfde supermarkt) zal er in de toekomst een forse overmaat ontstaan in het dagelijkse winkelaanbod. De lagere vloerproductiviteit zal gevolgen hebben voor de geboden

kwaliteit in de aanwezige supermarken en zou op termijn kunnen leiden tot het sluiten van een van de zwakkere supermarkten in Sint-Oedenrode of daarbuiten.

2. Ook het niet-dagelijkse winkelaanbod is nu te groot voor het lokale verzorgingsgebied. Naast de reeds ingezette afbouw van winkelaanbod in de aanloopgebieden (met name Kofferen) zal er, met het oog op de toekomstige toename van het internetwinkelen, ook elders in het centrum niet-dagelijks winkelvloeroppervlak gesaneerd moeten worden. Deze opgave komt bovenop de aanpak van de huidige leegstand in het centrum.

Indicatieve berekening van marktruimte voor dagelijks winkelaanbod in Sint-Oedenrode

	2017	2027
Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet)	€ 2.512	€ 2.425
Aantal inwoners verzorgingsgebied Sint-Oedenrode	ca. 17.900	ca. 18.200
Koopkrachtbinding	90%	95%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied	€ 40,5 mln	€ 41,9 mln
Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	5%	5%
Totale winkelomzet (excl. btw)	€ 42,6 mln	€ 44,1 mln
Aanwezig winkelaanbod (in m² wvo)*	ca. 5.500 m² wvo	ca. 7.400 m² wvo
Huidige winkelomzet (excl. btw) per m² wvo	€ 7.739	€ 5.964
Gemiddelde winkelomzet NL (excl. btw) per m² wvo	€ 7.634	€ 7.634
Afwijking van gemiddelde winkelomzet per m² wvo	+ 1%	**- 22%**

* Bron: Locatus, bewerking DTNP (aug. 2018)

Indicatieve berekening van marktruimte voor niet-dagelijks winkelaanbod in Sint-Oedenrode-Centrum

	2017	2027
Winkelomzet per hoofd (excl. volumineuze branches, btw en internet)	€ 1.475	€ 1.223
Aantal inwoners van verzorgingsgebied Sint-Oedenrode	ca. 17.900	ca. 18.200
Koopkrachtbinding	40%	45%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied	€ 10,6 mln	€ 10 mln
Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	20%	20%
Totale winkelomzet (excl. btw)	€ 13,2 mln	€ 12,5 mln
Gemiddelde winkelomzet NL (excl. volumineuze branches en btw) per m² wvo	€ 2.570	€ 2.570
Potentieel winkelaanbod voor Sint-Oendenrode-centrum	ca. 5.140 m² wvo	ca. 4.875 m² wvo
Aanwezig winkelaanbod (in m² wvo)*	ca. 6.985 m² wvo	ca. 6.985 m² wvo
Indicatie van mogelijke uitbreidingsruimte (in m² wvo)	**- 1.845**	**- 2.110**

Voor een uitgebreide toelichting op de wijze waarop deze berekeningen werken, zie: INretail/Panteia/DTNP e.a. (2018), 'Omzetkengetallen 2017'

* Bron: Locatus, bewerking DTNP (aug. 2018)

4.4 Functioneel-ruimtelijke visie

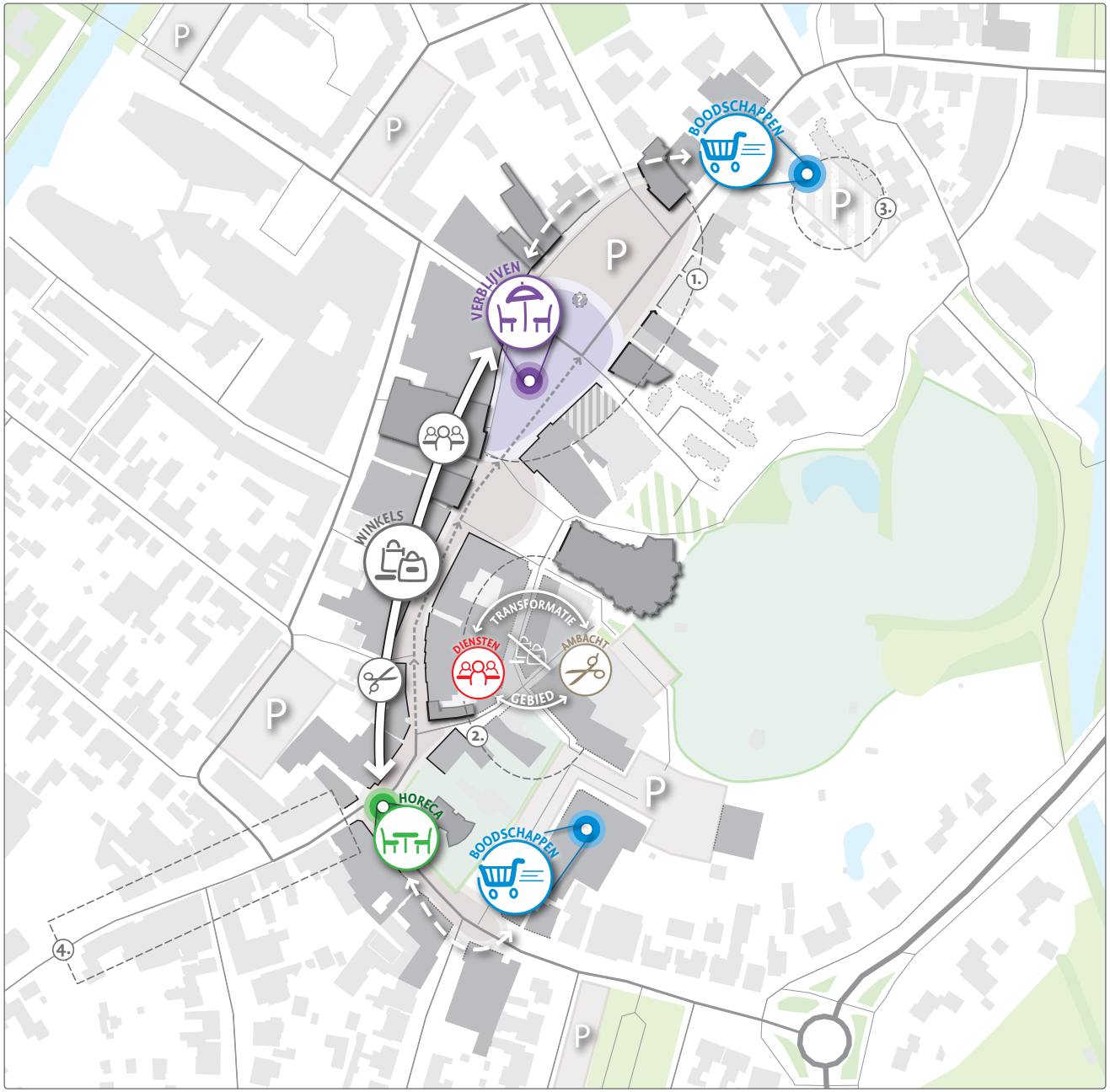
Een eenvoudige hoofdstructuur

Het centrum van Sint-Oedenrode kent twee sterke (sfeervolle) verblijfsgebieden die duidelijk het ‘eigen’ karakter van het dorp bepalen. Zowel op de Markt als op de zuidelijke hoek van de Heuvel (splitsing Kofferen/Hertog Hendrikstraat) zorgen de aanwezige horeca en de historische gebouwen voor een gezellige (dorpse) sfeer. Markt en Heuvel vormen in de toekomst dan ook de basis van het centrum van Sint-Oedenrode. De Heuvel is als historische hoofdstructuur sterk verankerd in de lokale leefomgeving, heeft zich sinds 2010 goed ontwikkeld en verbindt de belangrijkste verblijfsgebieden van het centrum via een doorlopend publieksgericht front. Door deze concentratie van publieke functies in één hoofdroute ontstaat er een compleet en levendig centrumgebied voor de eigen inwoners.

Structurele aanpak langdurige leegstand

Dit betekent dat Borchgrave geen onderdeel meer uitmaakt van het primaire winkelgebied. Het gebied biedt echter nog wel kansen voor (publieksgerichte) functies die wat meer doelgericht bezocht worden, zoals ondernemingen in de diensten- of ambachtelijke sector. Door het stimuleren van een geleidelijke transitie kan de winkelfunctie hier (2.) stap voor stap worden

Nieuwe centrumvisie: Markt en Heuvel als sterke basis



afgebouwd. Hetzelfde geldt voor Kofferen, waar de winkelfunctie al eerder (beleidsmatig) is vervallen. Door nu ook de markering van het centrumgebied te verschuiven naar het noordelijke uiteinde van de straat (en de ondernemers dus niet langer te laten meebetalen aan het centrummanagement) kan de transitie van dit deelgebied (4.) verder worden doorgezet. Op termijn is Sint-Oedenrode immers gebaat bij een verdere concentratie van de publieke centrumfuncties en is een afbouw van de hoeveelheid niet-dagelijks winkelaanbod onvermijdelijk.

Ruimtelijke inpassing supermarkten

Idealiter maken enkele supermarkten onderdeel uit van dit compacte dorpscentrum, zodat zij als publiekstrekker kunnen optreden voor overige centrumfuncties. Tegelijkertijd is er een schaalvergroting gaande in de supermarktsector, waardoor een redelijke ruimtelijk inpassing (incl. parkeren en bevoorrading) niet altijd mogelijk is.

Met de aanstaande verplaatsing van AH (naar de beoogde locatie aan de Borchmolendijk) en de voorgestelde herprofilering van Borchgrave bevinden beide centrumsupermarkten zich straks buiten de hoofdstructuur. Door een zorgvuldige (ruimtelijke) uitwerking (3.) van de aansluiting tussen supermarkt en centrum (positie entree, zichtlijnen en signalering) kan het combinatiebezoek tussen supermarkt en centrum echter wel redelijk op niveau blijven.

Markt opwaarderen

Met de verplaatsing van de AH-supermarkt verandert er ook iets aan de parkeerbehoefte en -voorzieningen in het centrum. Doordat het parkeren voor supermarktbezoekers in de toekomst op eigen terrein wordt opgevangen, ontstaat er ruimte op de Markt om de verblijfskwaliteit te vergroten (1.). Hierbij is de relatie met Kerkplein en Heuvel van groot belang om de compacte centrumstructuur te behouden. Met de transitie van de Borchgrave vormt de Heuvel weer de enige hoofdroute voor de (winkelende) centrumbezoeker; de overgang van Markt naar Heuvel via het Kerkplein moet dan ook laagdrempelig en aangenaam zijn.

De verkeersfunctie van de Heuvel blijft in de toekomst wel behouden. Het eenrichtingsverkeer, met een inrichting van de openbare ruimte als ‘shared space’, biedt de beste balans tussen bereikbaarheid en ruimtelijke kwaliteit.

Samenwerking en overleg

Dit alles kan alleen tot een succesvol resultaat leiden wanneer gemeente, ondernemers, inwoners en vastgoedeigenaren ieder een bijdrage leveren aan de doorontwikkeling van het centrum. Of het nu gaat over de herinrichting van de Markt of een gezamenlijke marketingaanpak: vanuit een positieve instelling, waarbij er ook ruimte is voor een ander geluid, kan er met hernieuwde energie worden samengewerkt.



De Heuvel als hoofdroute in het centrum

4.5 Acties en Maatregelen

Van verlanglijstje naar actiepunten

De transitie naar een nieuwe centrumstructuur zal niet van de ene op de andere dag gerealiseerd zijn. Door de complexiteit van de opgave en de samenhang en afhankelijk tussen de verschillende veranderingen zal er stap voor stap gemanoeuvreerd moeten worden. Op de visiekaart (p. 41) zijn vier projecten omkaderd als concrete vervolgstappen. Uiteraard zijn er meer actiepunten die aangepakt kunnen worden in Sint-Oedenrode (bijv. op het gebied van duurzaamheid en klimaatadaptatie), maar deze vier zaken, plus het opzetten van centrummanagement (5.), hebben nu de hoogste prioriteit.

Sinds de vorige centrumvisie is wel duidelijk geworden dat achterover leunen geen optie meer is; er zal (pro)actief samen gewerkt moeten worden om tot een toekomstbestendige centrumstructuur te komen. De ene keer zal de gemeente de kar trekken, terwijl bij een ander project de ondernemers aan zet zijn. Op de volgende pagina's wordt per project een indicatie gegeven van het doel, het projectteam, de uitgangspunten en benodigde acties. De gehanteerde nummering is hierbij geenszins een prioritering, aangezien alle projecten in meer of mindere mate met elkaar samenhangen.

Herinrichting Markt

1. hoogwaardige uitstraling én gebruiksgemak

- **Doel:** historische kwaliteit beter benutten en verblijfskwaliteit verhogen
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** o.a. ondernemers, omwonenden, inwoners en vastgoedeigenaren
- **Uitgangspunt:** behoud van voldoende parkeercapaciteit en verkeersfunctie Heuvel
- **Actie:** programma van eisen bepalen (o.a. duurzaamheid), onderzoek verkeer/parkeren en historische kwaliteit, integraal ontwerpoverleg, inspraakronde, etc.



Start transitie Borchgrave

2. van winkelstraat naar centrumstraat

- **Doel:** wijziging van winkelfunctie naar een andere (publieksgerichte) functie
- **Projectleider:** eigenaren en gemeente
- **In overleg met:** o.a. ondernemers, omwonenden en centrummanagement
- **Uitgangspunt:** behoud open gevelbeeld
- **Actie:** tijdelijk invulling stimuleren, verkenning haalbaarheid ombouw en/of splitsing winkelunits, etc.



Inpassing AH-supermarkt

3. goede zichtbaarheid en ruimtelijke relaties

- **Doel:** optimalisatie van het combinatiebezoek tussen supermarkt en dorpscentrum
- **Projectleider:** ontwikkelaar
- **In overleg met:** o.a. gemeente, omwonenden en ondernemers
- **Uitgangspunt:** voldoende parkeervoorzieningen, zichtbare ingang vanaf Borchmolendijk
- **Actie:** afronding ontwikkeltraject, beoordeling ruimtelijke inpassing, afstemming inrichting en signalering, invulling huidig pand, etc.

Transitie Kofferen stimuleren

4. afbouw publiek programma aanloopstraat

- **Doel:** continueren clustering van centrumfuncties in de hoofdstructuur (Heuvel-Markt)
- **Projectleider:** centrummanagement
- **In overleg met:** o.a. ondernemers, eigenaren en gemeente
- **Uitgangspunt:** n.t.b.
- **Actie:** begrenzing centrumgebied en bijdrage centrummanagement herzien, actief/passief stimuleren van vestiging binnen concentratiegebied, nieuwe kansen faciliteren voor Kofferen (o.a. wonen), etc.

Start centrummanagement

5. samenwerking professionaliseren

- **Doel:** gesprekspartner namens het centrum voor de gemeente en overige stakeholders
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** ondernemers
- **Uitgangspunt:** financiële ondersteuning gemeente in lijn met opgaven per centrum
- **Actie:** centrummanagement opstarten, draagvlak samenwerking tussen centra van Meierijstad onderzoeken, etc.





5 Centrumvisie Veghel

5.1 Inleiding

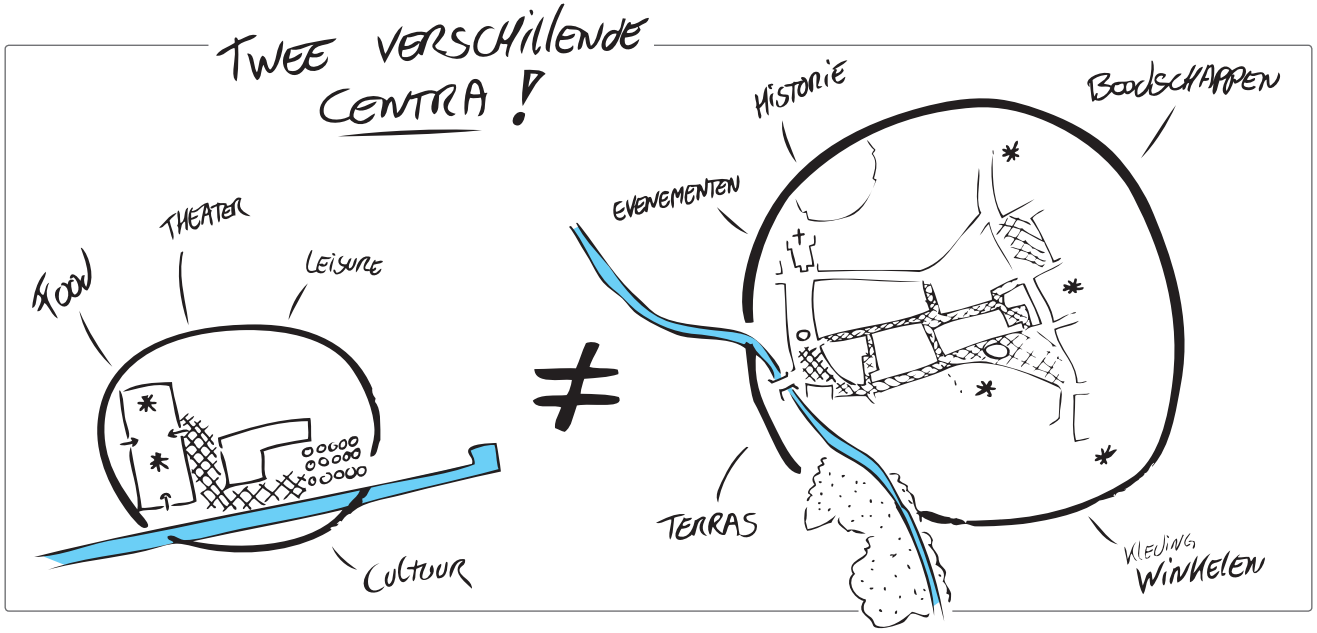
Rapportcijfer: 5,2
Het centrum van Veghel kent de laatste jaren veel winkelleegstand, waardoor er een neerwaartse trend is ontstaan. Een gebrek aan publiekstrekkers plus een verminderde ruimtelijke kwaliteit (door de vele lege etalages) maken dat het centrum negatief wordt beoordeeld; de helft van de respondenten in de online enquête gaf Veghel een onvoldoende. Waar Veghelse bedrijven over de hele wereld succes hebben, is men niet trots op het eigen centrum.

Niet één, maar twee centrumgebieden
In het verleden is er ingezet op één centrum met twee complementaire polen: de Noordkade en het dorpscentrum. In deze centrumvisie is dit model losgelaten (zie hfst 2) en wordt de Noordkade een los centrumgebied met gemeentelijke of zelfs regionale potentie. Het centrumgebied ten oosten van de Aa heeft toekomst als het dorpshart voor de inwoners van Veghel en de omliggende kernen.

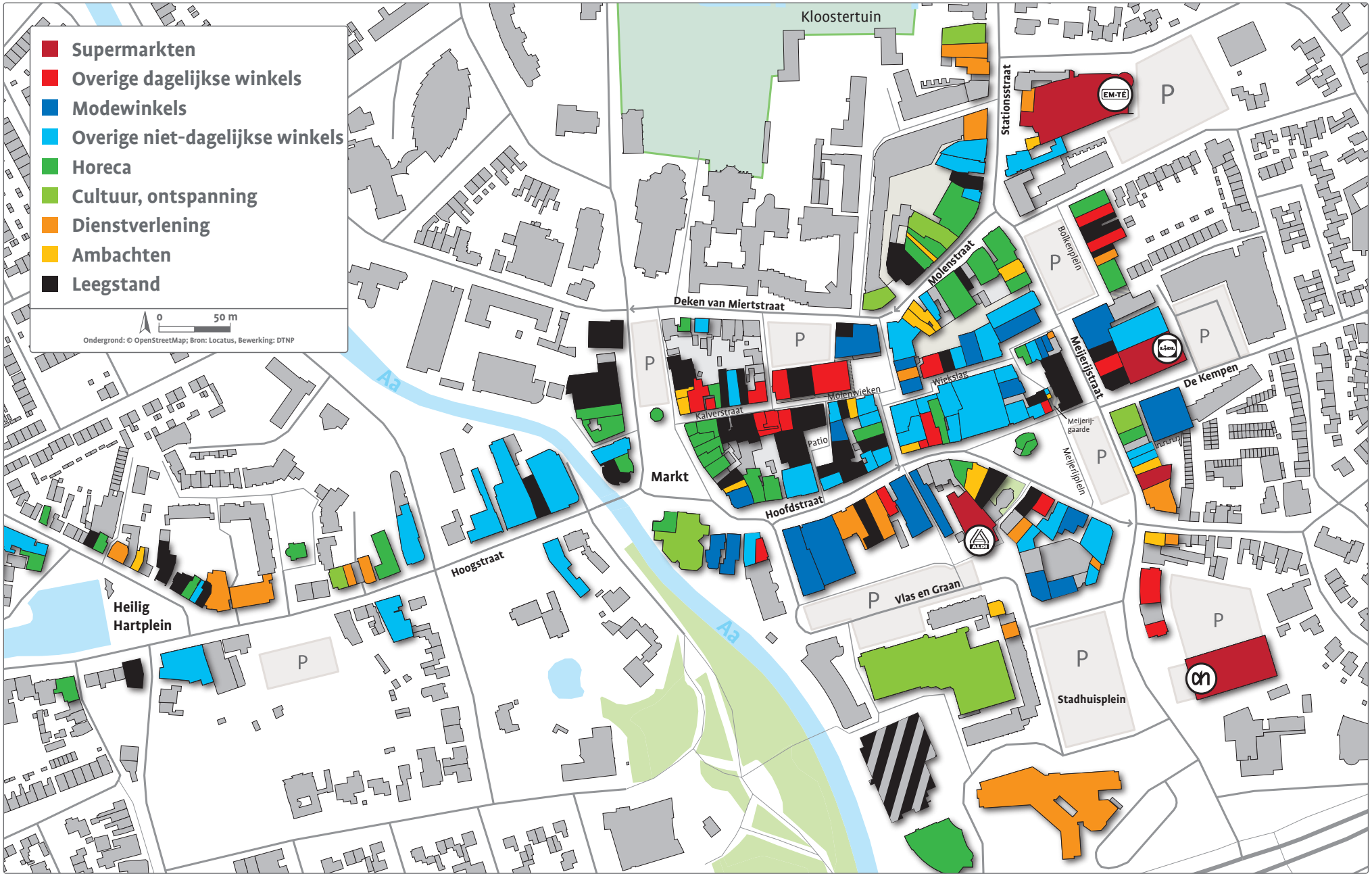
Tussen beide centrumgebieden bevinden zich diverse publieksgerichte ondernemingen langs de Hoogstraat en aan het Heilig Hartplein. De winkelmeters en leegstaande panden in dit aanloopgebied zijn wel meegenomen in de som voor het haalbare niet-dagelijkse winkelaanbod, maar worden in het vervolg van dit hoofdstuk niet langer afgebeeld op de centrumkaart; het gebied ten westen van de Beatrixsingel is (hoe dan ook) geen onderdeel meer van het centrumgebied. Transformatie (afbouw centrumfuncties) ligt hier voor de hand. Zo kan de aanwezige detailhandel in de straat (o.a. bouwmarkt, kringloopwinkel en woninginrichting) op termijn wellicht elders in Veghel een plek krijgen.

Leeswijzer
Om te komen tot een positieve ontwikkelingsrichting, waarmee het centrum weer relevant kan worden voor de eigen inwoners, wordt er allereerst (§ 5.2) gekeken naar het (realistisch) haalbare (winkel)programma. Dit uitgangspunt wordt daarna gespiegeld (§ 5.3) aan de huidige (functionele/ruimtelijke) knelpunten in het centrum, om zo te komen tot een basisstructuur voor het toekomstige dorpshart (§ 5.4).

Gezien de ingrijpende beslissingen en de vele onzekerheden die hieraan ten grondslag liggen, resulteert dit hoofdstuk niet in één vastomlijnde centrumvisie, maar juist in een oproep tot vervolgacties (§ 5.5), om de gekozen ontwikkelingsrichtingen verder uit te werken.



Huidig aanbod in Veghel centrum, inclusief Hoogstraat en Heilig Hartplein (peildatum sept. 2018)*



* Voormalig theater De Blauwe Kei is niet meegerekend bij de m² leegstaand vloeroppervlak

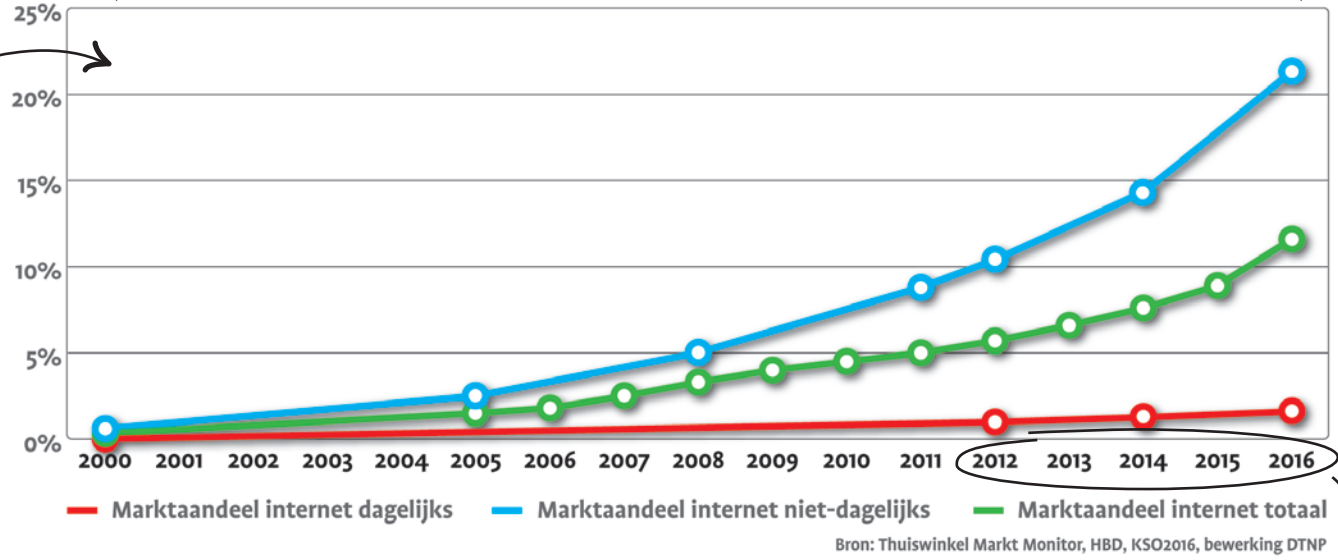
5.2 Haalbaar centrumprogramma

Oorzaak en gevolg

De winkelleegstand in het centrum van Veghel is helaas niet zomaar met een huurverlaging of cosmetische ingreep te verhelpen. De onderliggende oorzaak voor de vele leegstaande (winkel)panden ligt bij een verandering van het algehele consumentengedrag in Nederland. Door de toename van het internetwinkelen is er sprake van een polarisatie in de Nederlandse winkelcentra. Waar de lokale dorpscentra en grote binnensteden relevant blijven voor de consument (zie hfst. 2), kunnen juist de middelgrote centra, zoals het centrum van Veghel, zich moeilijk onderscheiden. Deze centra zullen zichzelf (qua aanbod en uitstraling) opnieuw moeten uitvinden.

De opkomst (en toekomst) van internetwinkelen...

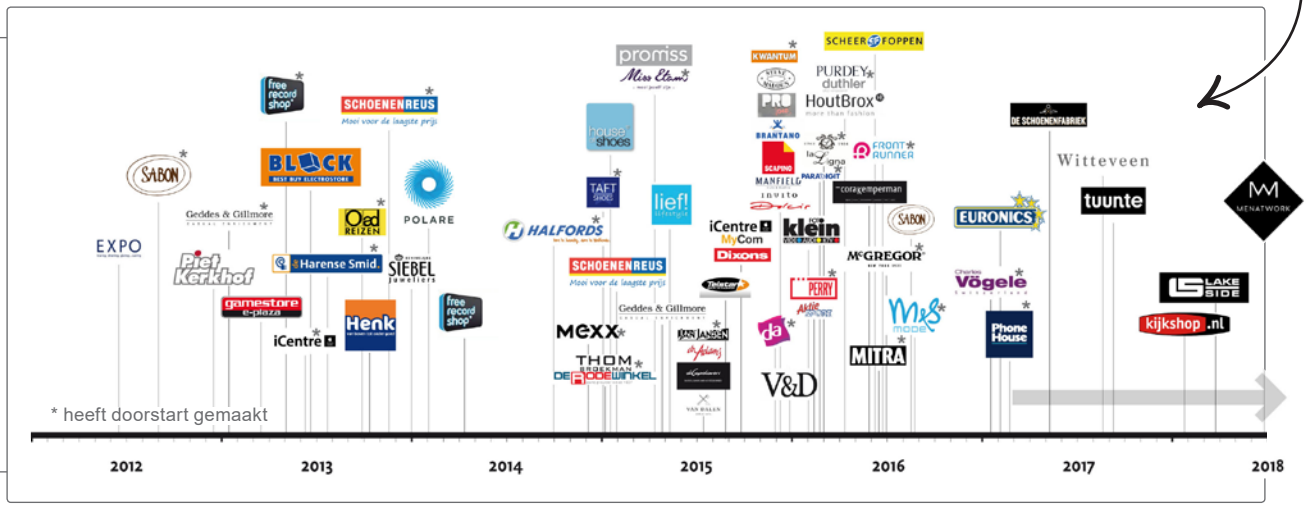
Google werd pas 20 jaar geleden opgericht en Bol.com bestond toen nog niet eens. Anno 2018 gaat circa 5% van alle bestedingen in de dagelijkse sector via internet; van alle niet-dagelijkse bestedingen wordt circa 25% op internet uitgegeven. De verdere groei is lastig te voorspellen; vroegere prognoses blijken nu vaak nog te behoudend. Dat internet ook de komende jaren nog verder zal groeien en in belang zal toenemen is een zekerheid.



Bron: Thuiswinkel Markt Monitor, HBD, KSO2016, bewerking DTNP

...heeft gevolgen voor het kleurloze middensegment

Het winkelaanbod in Nederland nam tussen 2000 en 2010 met 40% toe, terwijl de bestedingen in winkels tegelijkertijd met circa 5% daalde. Ons land is toen ook 'gefilialiseerd'. Na vestigingen in de grote steden volgden de middelgrote steden en de grotere dorpen. Gevolg: in de 'eenheidsworst' van uniforme centra met dezelfde middenmootwinkels wist een deel van die ketens zich niet meer te onderscheiden bij de consument en een faillissementsgolf kwam op gang.



Indicatieve berekening haalbare marktruimte

Het bepalen van een realistisch centrumprogramma gaat, in deze tijden van veranderend consumentengedrag, gepaard met grote onzekerheden. Het aandeel internetaankopen zal voor bepaalde branches verder toenemen, terwijl in andere sectoren (horeca) de consumentenbestedingen blijven groeien.

Om te komen tot een haalbaar programma voor Veghel-Centrum worden hier twee benaderingen gecombineerd: allereerst wordt er een indicatieve berekening van de haalbare marktruimte gemaakt voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector in het centrum van Veghel. Vervolgens wordt deze uitkomst getoetst op basis van een benchmark van vergelijkbare centra.

Uitgangspunten:

- Inwoners verzorgingsgebied: kern Veghel plus het eigen buitengebied met de kleine kernen Eerde, Mariaheide en Zijtaart (circa 31.520).
- Bevolkingsprognose: de prognose van de provincie Noord-Brabant voor Veghel gaat uit van een groei van 5%.
- Inkomenscorrectie: het gemiddelde inkomen per inwoner ligt in Veghel zo'n 4% onder het landelijke gemiddelde (CBS). Dit is gecorrigeerd in de winkelomzet per hoofd.

Dagelijkse sector:

- Winkelomzet per hoofd: het meest recente kengetal (2017) is voor de toekomstige marktruimte gecorrigeerd voor het groeiend aandeel internetaankopen (naar circa 5%)
- Koopkrachtbinding: in de kern Veghel is dit naar verwachting zo'n 90%. Op basis van het oppervlakteaandeel wordt de binding aan het centrum voor de dagelijkse sector op 50% geschat.
- Toevloeiing: gezien de afstand tot omliggende kernen is er enige toevloeiing te verwachten. Voor deze som wordt uitgegaan van 25% toevloeiing, in lijn met de DSV uit 2009.

Niet-dagelijkse sector:

- Winkelomzet per hoofd: recent kengetal voor de niet-dagelijkse sector (exclusief de branches 'Doe-het-zelf', 'Wonen' en 'Tuin'). Voor de toekomstige marktruimte is dit getal gecorrigeerd voor het groeiend aandeel internetaankopen (naar 35%).
- Koopkrachtbinding en toevloeiing: in de DSV uit 2009 is een binding in de niet-dagelijkse sector van 40% gehanteerd met een toevloeiing van 30%. Op basis van recente ervaringscijfers (uitgaande van de omvang van het centrum en afstand tot een groter centrum) kunnen deze cijfers worden gehandhaafd. Voor de toekomstige koopkrachtbinding is een stijging naar 45% het uitgangspunt: het vernieuwde dorpscentrum zal meer eigen inwoners trekken dan nu het geval is.
- Vloerproductiviteit (gemiddelde winkelomzet per m² wvo): er is een gewogen gemiddelde genomen voor de niet-dagelijkse sector, exclusief de branches 'Doe-het-zelf', 'Wonen' en 'Tuin', op basis van het aanwezige aanbod in Veghel centrum (inclusief Heilig Hartplein, exclusief Noordkade).

Conclusies (zie tabellen p. 49):

1. Het huidige aanbod in de dagelijkse sector voldoet aan de berekende indicatieve marktruimte. De geprognosticeerde bevolkingstoename compenseert de te verwachten afname van winkelomzet door een toename van de internetaankopen.
2. Het niet-dagelijkse winkelaanbod is nu en in de toekomst te groot voor het lokale verzorgingsgebied. Er is in 2027 naar verwachting circa 35% te veel aan niet-dagelijkse winkelmeters (excl. volumineuze branches) in het centrum van Veghel (incl. Heilig Hartplein en Hoogstraat). Deze saneringsopgave, van circa 3.500 m² wvo, komt bovenop de huidige leegstand in het centrum van Veghel van circa 7.500 m² wvo

Indicatieve berekening van marktruimte voor dagelijks winkelaanbod in Veghel-Centrum

	2017	2027
Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet)	€ 2.501	€ 2.415
Aantal inwoners van verzorgingsgebied Veghel	ca. 31.520	ca. 33.100
Koopkrachtbinding	50%	50%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied	€ 39,4 mln	€ 40 mln
Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	25%	25%
Totale winkelomzet (excl. btw)	€ 52,6 mln	€ 53,3 mln
Aanwezig winkelaanbod (in m² wvo)*	ca. 6.900 m² wvo	ca. 6.900 m² wvo
Huidige winkelomzet (excl. btw) per m² wvo	€ 7.618	€ 7.723
Gemiddelde winkelomzet NL (excl. btw) per m² wvo	€ 7.634	€ 7.634
Afwijking van gemiddelde winkelomzet per m² wvo	nihil	nihil

* Bron: Locatus, bewerking DTNP (sept. 2018)

Indicatieve berekening van marktruimte voor niet-dagelijks winkelaanbod (excl. volumineuze branches) in Veghel-Centrum

	2017	2027
Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet)	€ 1.469	€ 1.218
Aantal inwoners van verzorgingsgebied Veghel	ca. 31.520	ca. 33.100
Koopkrachtbinding	40%	45%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied	€ 18,5 mln	€ 18,1 mln
Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	30%	30%
Totale winkelomzet (excl. btw)	€ 26,5 mln	€ 25,9 mln
Gemiddelde winkelomzet NL (excl. btw) per m² wvo	€ 2.458	€ 2.458
Potentieel winkelaanbod voor Veghel centrum	ca. 10.765 m² wvo	ca. 10.545 m² wvo
Aanwezig winkelaanbod (in m² wvo)*	ca. 14.255 m² wvo	ca. 14.255 m² wvo
Indicatie van mogelijke uitbreidingsruimte (in m² wvo)	**- 3.490**	**- 3.710**

Voor een uitgebreide toelichting op de wijze waarop deze berekeningen werken, zie: INretail/Panteia/DTNP e.a. (2018), 'Omzetkengetallen 2017'

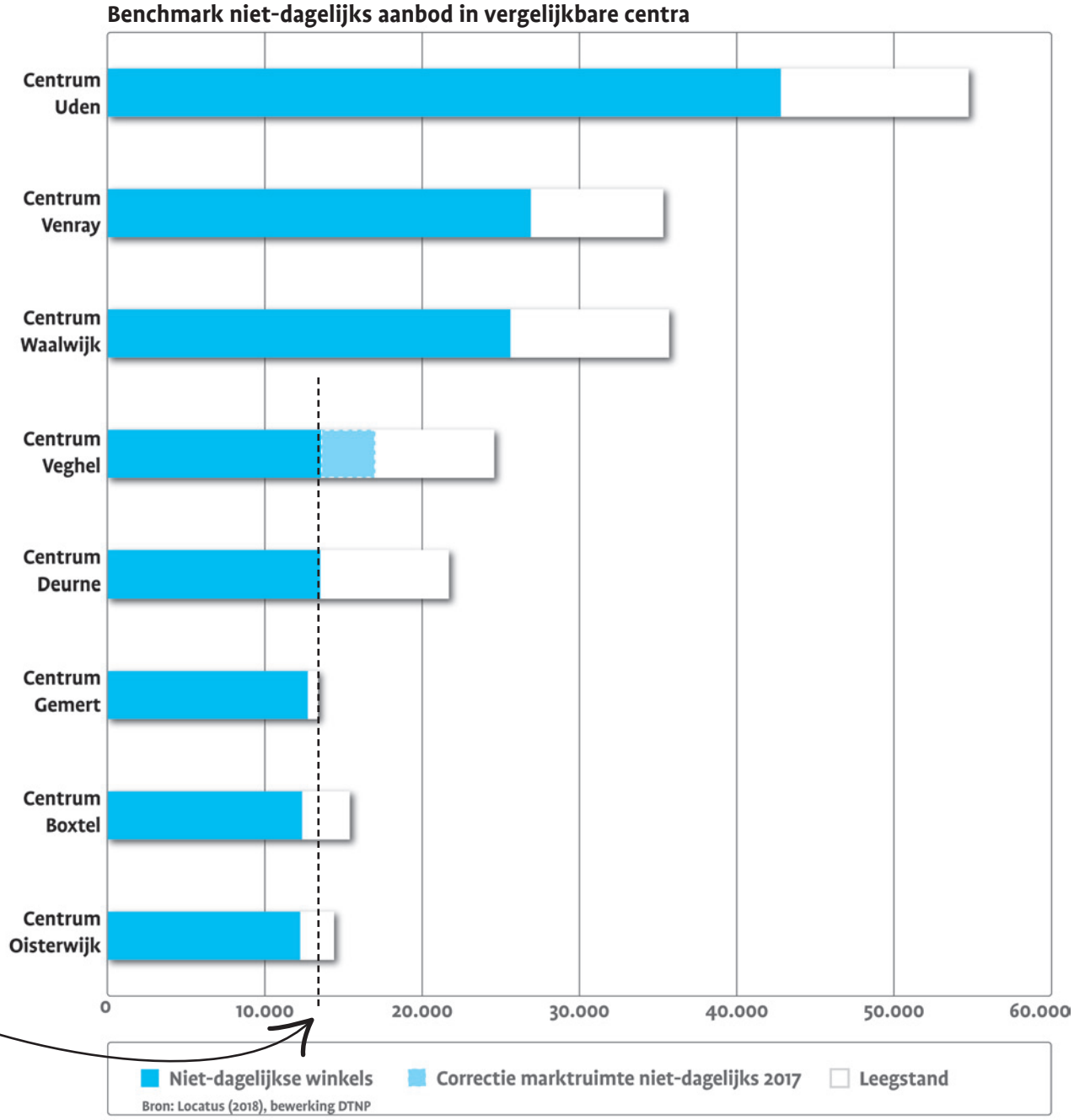
* Bron: Locatus, bewerking DTNP (sept. 2018)

Benchmark niet-dagelijkse sector

De huidige omvang van het niet-dagelijkse winkelaanbod in Veghel zou dus zo'n 3.500 m² wvo te groot zijn. Om te kijken hoe deze conclusie zich verhoudt tot vergelijkbare centra in (Oost-)Brabant vergelijken wij hier Veghel-Centrum met centra van dorpen van een vergelijkbare omvang; Gemert is met 16.000 inwoners het kleinst, Uden met 36.000 inwoners het grootst. Daarnaast zijn deze kernen redelijk solitair gelegen ten opzichte van steden.

Uden heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie, wat resulteert in een groter centrumaanbod. Venray en Waalwijk hadden deze positie in het verleden ook, maar staan nu onder druk. Wat direct opvalt is dat meerdere centra in de benchmark te kampen hebben met een grote hoeveelheid leegstand. Uden, Venray, Waalwijk en Deurne ondervinden net als Veghel de gevolgen van het veranderende consumentengedrag. Met een gemiddelde van 20% leegstand hebben deze middelgrote centra duidelijk te veel aanbod.

De centra van Gemert, Boxtel en Oisterwijk kennen daarentegen een lager percentage leegstand, wat er op duidt dat deze centra een passende omvang hebben voor het eigen verzorgingsgebied. Op basis van de indicatieve marktruimteberekening voor 2017 (minus circa 3.500 m² wvo) zou ook Veghel op een dergelijke grootte uitkomen.



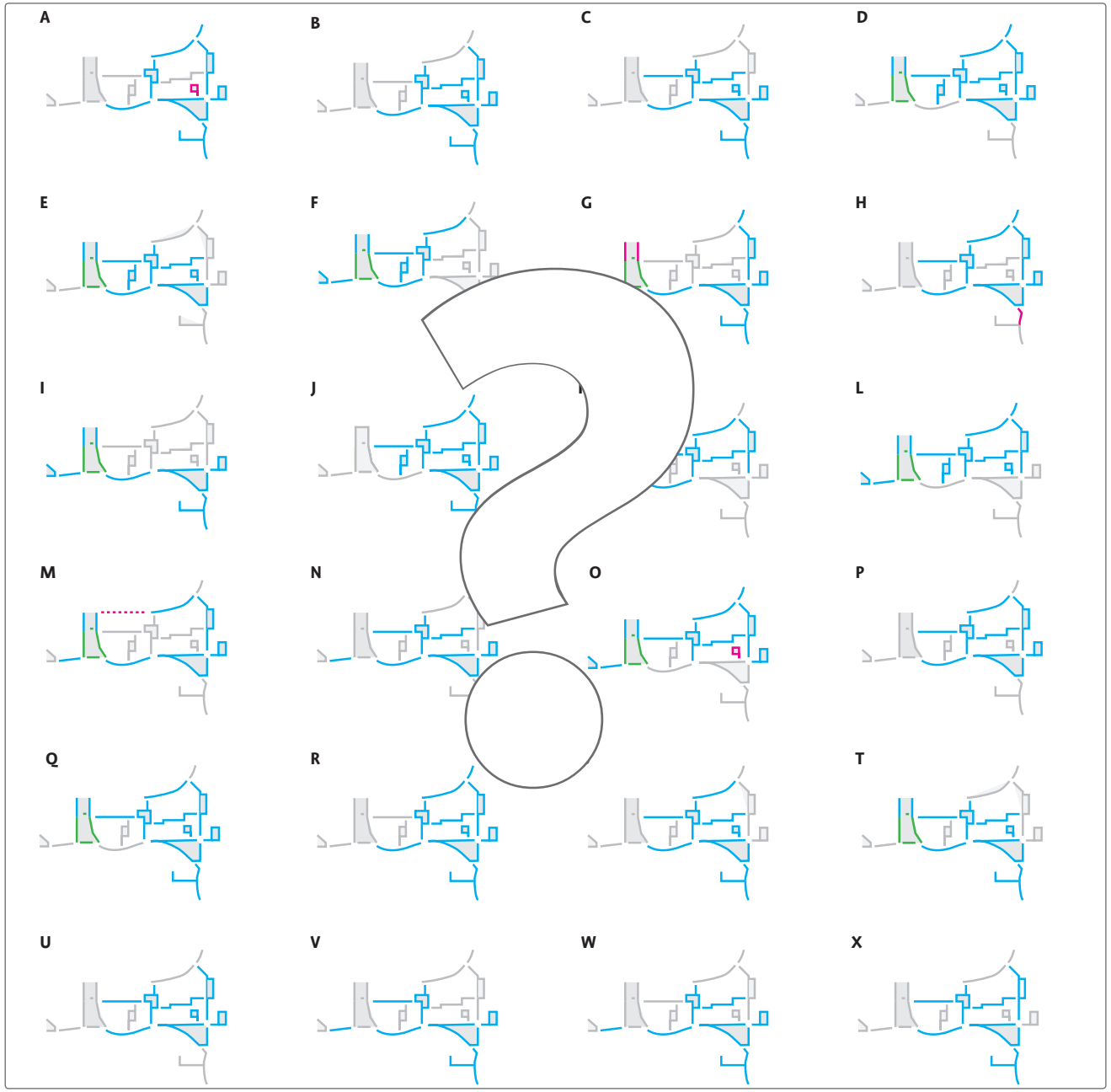
Conclusie haalbaar programma

Het centrum van Veghel heeft in de toekomst primair een kernverzorgende functie, wat inhoudt dat er rekening moet worden gehouden met een vermindering van het niet-dagelijkse winkel-oppervlak met circa 3.500 m² wvo. Daarnaast ligt er reeds een opgave om de huidige leegstand (van circa 7.500 m² wvo) terug te dringen. Het resterende (realistisch haalbare) programma biedt een richtlijn voor de toekomstige omvang van het winkelaanbod in het Veghelse centrum.

Veghel staat dus voor een grote opgave om de omvang van het winkelaanbod fors te verkleinen. Deze ruimte kan echter niet één op één worden ingevuld met andere centrumfuncties: alleen door het totale centrumgebied te verkleinen kan (het negatieve effect van) de huidige leegstand structureel aangepakt worden en kunnen inwoners weer trots zijn op hun dorpscentrum.

Zoals de modellenstudie hiernaast laat zien zijn er (heel) veel manieren om de inkrimping van het centrumgebied te vangen in een nieuwe ruimtelijke (hoofd)structuur. In de volgende paragrafen wordt op basis van bestaande sterktes en zwaktes gezocht naar een sterke basisstructuur, waarmee gemeente, inwoners, ondernemers en eigenaren in een vervolgtraject samen het dorpscentrum verder kunnen vormgeven.

Modellenstudie toekomstige centrumstructuur



5.3 Functioneel-ruimtelijke analyse

Positie in de kern

Veghel is van oudsher ontstaan op de plek waar de Hoofdstraat de Aa kruist. Nadien is de kern uitgebreid met nieuwe woonwijken in het noordoosten en het zuiden en grootschalige bedrijvigheid langs het kanaal ten westen van het centrum. Naast het dorpscentrum zijn er twee wijkcentra: De Bunders in het oosten en De Boekt in het zuiden. Ten westen van het centrum heeft cultuurcluster De Noordkade een kernoverstijgende functie.

Verkeer en parkeren

De belangrijkste entree voor het centrumverkeer loopt via de Rembrandtlaan/Stadhuisplein aan de zuidzijde, Iepenlaan/Leo van de Weijden-straat aan de noordzijde en Sluisstraat/Hoog-straat aan de westzijde. Op de meeste locaties aan de parkeerroute is een blauwe zone inge-steld waar kort (maximaal 2 uur) geparkeerd mag worden. Alleen op het Stadhuisplein geldt geen parkeerregime. Ten zuiden van het gemeentehuis bevindt zich het busstation aan de Rembrandtlaan. De enige andere bushalte in het centrum ligt aan de Meijerijstraat, ten hoogte van het Bolkenplein. Hier is ook een gratis bewaakte fietsenstalling aanwezig.

Supermarktaanbod

Rondom het centrum zijn vier supermarkten gevestigd, die alle op enige afstand of met de rug naar het centrum zijn gelegen. EMTÉ (ca. 2.000 m² wvo) en AH (ca. 1.500 m² wvo) zijn het grootst, maar zijn ook het verst van het centrum verwijderd (ongeveer 300 m.). Aldi (ca. 600 m² wvo) en Lidl (ca. 680 m² wvo) liggen dichter bij de overige centrumvoorzieningen, maar wel met de rug naar het centrum. Deze supermarkten hebben een uitbreidingswens.

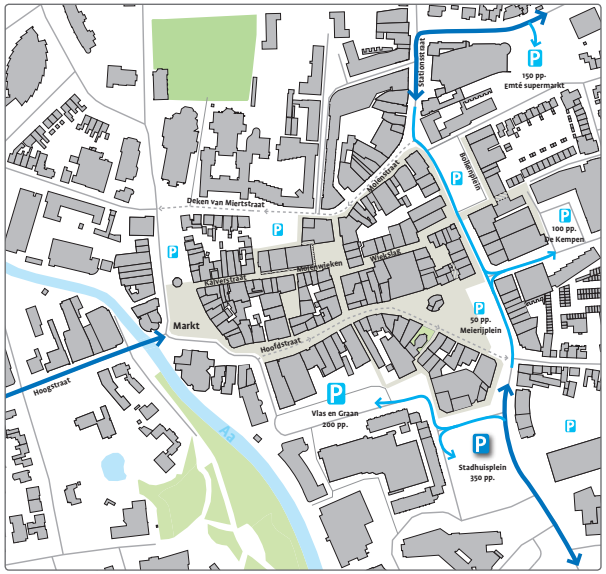
Dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod

Binnen de huidige winkelstructuur bevinden de belangrijkste trekkers zich aan de Molenwieken

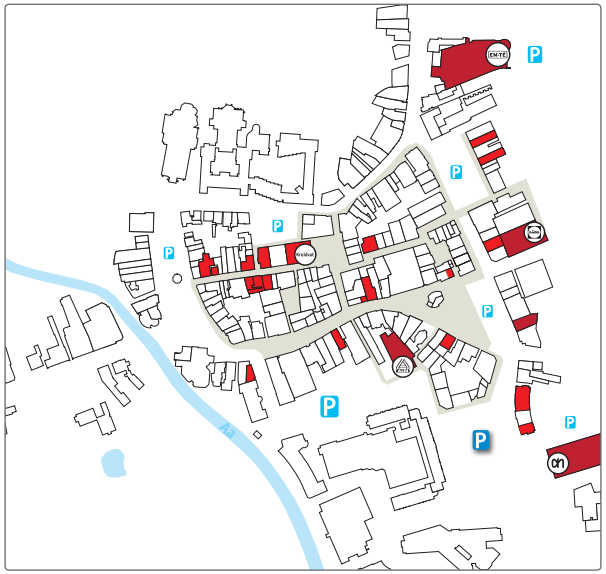
Veghel: inwoners en centrumgebieden



Sterke parkeervoorzieningen aan de oostzijde...



...met supermarkten als publiekstrekkers.



(Kruidvat), de Hoofdstraat (Houtbrox, HEMA en Blokker) en De Kempen (Action en Lidl). In de Kalverstraat bevindt zich een verscluster met bakkerij, slagerij, vis- en groentewinkel.

Rondom Molenwieken en in de Wiekslag zijn winkels uit de niet-dagelijkse sector aanwezig. Hiermee is het centrale voetgangersgebied (Kalverstraat, Molenwieken, Wiekslag en de pleintjes/passages Patio en Meijerijgaarde) een tamelijk mono-functioneel winkelcentrum. Het niet-dagelijks winkelaanbod is verder te vinden aan het Stadhuisplein (Wibra, Shoeby) en aan de Hoofd- en Hoogstraat (o.a. Houtbrox, Bek Boeken en Sport2000). In de uitlopers van het centrumgebied zijn met name specialistische winkels gevestigd, zoals een stoffen- (Molenstraat) en een fietsenwinkel (Hoogstraat). Het winkelgebied van Veghel heeft, met circa 3.300 strekkende meter aan publieke plint, dan ook een omvangrijk centrumcircuit (ter vergelijking: het winkelfront van Schijndel telt circa 1.750 meter).

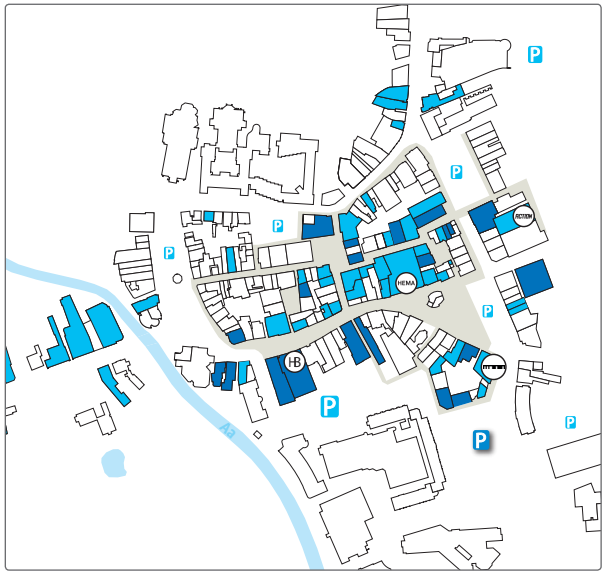
Leegstand

De leegstand in het centrum is met 20% problematisch te noemen. Met name aan de westzijde van het centrum (rondom Patio, Kalverstraat en noordzijde van de Markt) en in Meijerijgaarde is dit nu duidelijk zichtbaar in het straatbeeld. Ook in de Hoofdstraat staan enkele panden leeg.

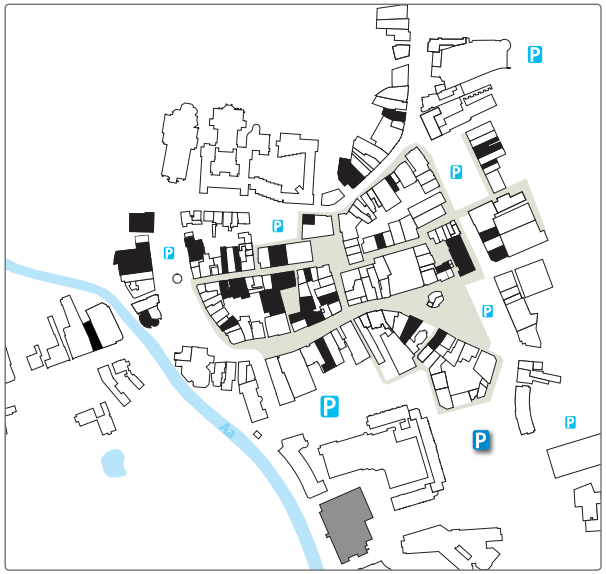
Horeca en leisure

In het centrum van Veghel zijn er twee horeca-clusters: aan de Markt en langs de Molenstraat. Aan de Molenstraat is met name sprake van avondhoreca (restaurants, poolcentrum), terwijl de Markt meer daghoreca herbergt (naast café-restaurants ook lunchroom en ijssalon). Aan de Markt bevindt zich tevens de bibliotheek in het voormalig stadhuis. Binnen het centrale winkelgebied is weinig horeca-aanbod aanwezig. Het zwembad is net buiten het centrumgebied gelegen aan Vlas en Graan. Momenteel wordt studie verricht in hoeverre renovatie of nieuwbouw van het zwembad op de huidige locatie haalbaar is.

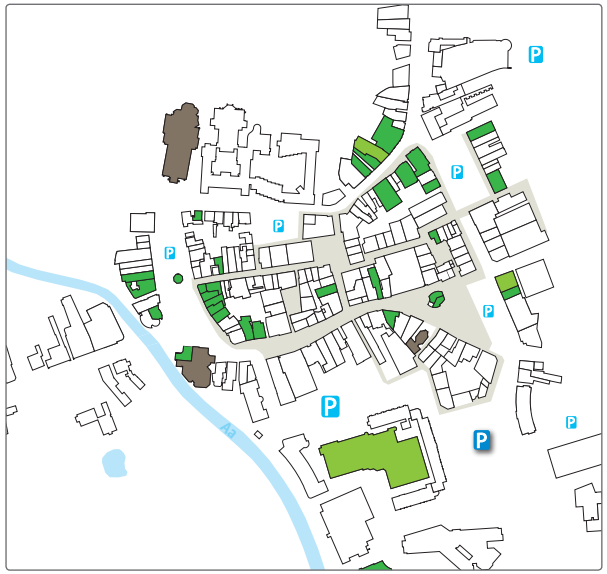
Niet-dagelijkse sector, sterk aan de oostzijde...



...terwijl aan de westzijde leegstand overheerst.



Horecaclusters Markt en Molenstraat

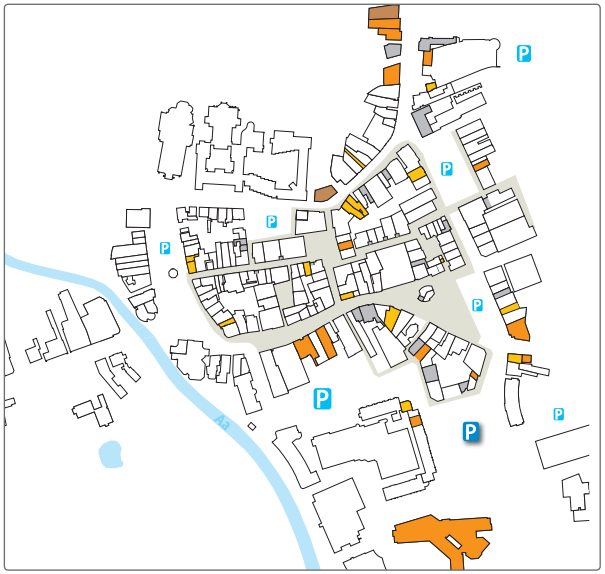


Diensten, ambachten en woningen

Verspreid over het winkelgebied (met name Hoofdstraat en Stationsstraat) zijn ondernemingen in de dienstensector gevestigd. Het betreft hier financiële dienstverleners, makelaars en uitzendbureaus. Ook ambachtelijke bedrijven (met name kappers) zijn verspreid over het centrum aanwezig, maar komen nauwelijks voor in het (monofunctionele) centrale winkelgebied.

Boven dit planmatige winkelcentrum bevinden zich wel veel centrumwoningen, waarvan de entrees geïntegreerd zijn in de winkelstraat. In de Hoofdstraat en de Molenstraat vormen enkele woningen een onderbreking van het winkelfront.

Overige centrumfuncties aan de buitenranden



Ruimtelijke analyse

Het centrale winkelgebied van Veghel (Kalverstraat, Molenwieken, Wiekslag, Meijerijgaarde en Patio) is in de jaren ’70 en ’80 gebouwd en kenmerkt zich door korte zichtlijnen tussen verschillende kleine ‘pleintjes’. Door deze naar binnen gekeerde opzet en de vele dwarsverbindingen en blinde gevels wordt het gebied als onoverzichtelijk ervaren. De historische structuur, waarin de Molenstraat doorliep tot op de Hoofdstraat is bovendien niet langer zichtbaar. In de Kalverstraat wordt de planmatige nieuwbouw nog wel afgewisseld met enkele historische pandjes, maar door het smalle profiel in combinatie met de vele uitbouwen en uitstallingen in de straat worden de historische panden niet ervaren.

De Markt is van oorsprong een pleinruimte voor het voormalige raadhuis, tussen Hoofdstraat en Kalverstraat. De doorbraak richting de Lambertuskerk is van later datum (jaren ’60 - ’70). Tegenwoordig bakent een vrijstaand paviljoen (ijssalon) de pleinruimte enigszins af, waardoor de entree naar de Kalverstraat benadrukt wordt. Het zuidelijke deel van de Markt heeft, dankzij de historische panden en de aanwezige terrassen, een prettige verblijfskwaliteit. Het plein is onlangs opnieuw ingericht, wat bijdraagt aan de hoogwaardige uitstraling van deze plek binnen het centrum van Veghel. Vanaf het terras naast de bibliotheek is er bovendien zicht op de beek de Aa. Het water is verder niet of nauwelijks zichtbaar vanaf de Markt, of waar dan ook in het centrum. Verder naar het zuiden ligt het Julianapark op de westelijke oever. Ten oosten van de Aa bestaan er kansen om op de locatie van het voormalige theater ‘De blauwe kei’ deze groenstructuur door te zetten.

De Hoofdstraat is vanuit de historische structuur de belangrijkste verbinding van/naar de Markt. Een echte ‘hoofd’ straat is het in de praktijk niet meer, vanwege de vele ontwikkelingen (winkel- en parkeervoorzieningen) aan de achterkant van de Hoofdstraat. Voorbij de kruising met de Molenwieken (waar vroeger de Molenstraat direct op de Hoofdstraat uitkwam) verwijdt de straat zich nu langs twee zijden van een kiosk tot het Meijerijplein.

Aan de oostzijde van deze pleinruimte loopt de Meijerijstraat, die sinds de jaren ’80 een belangrijke verkeersfunctie heeft. Het winkelprogramma loopt aan de noordzijde via een passage naar het pleintje ‘Meijerijgaarde’, waardoor de Meijerijstraat een flink aantal blinde gevels kent. Het zuidoostelijke deel van het centrum wordt gekenmerkt door grotere bouwvolumes en een

ruim opgezette openbare ruimte. Van zuid naar noord zijn dit het Stadhuisplein, met gemeentehuis en supermarkt AH, het Meijerijplein en het Bolkenplein, waar voorheen het busstation gevestigd was.

Bij de splitsing Meijerijstraat-Molenstraat wordt het historische straatprofiel weer herkenbaar door de historische bebouwing van de monumentale herenhuizen en café/ brasserie De Gouden Leeuw. Andersom (komend vanuit de Stationsstraat aan de noordzijde) buigt de historische rooilijn van de Molenstraat af richting het westen, waardoor de straat hier (Molenstraat, overgaand in de Deken van Miertstraat) dan ook smaller van profiel is.

De Deken van Miertstraat voert langs het voormalige kloostercomplex richting de Markt. Zowel de historische kloostergebouwen als de achterliggende kloostertuin hebben een monumentale uitstraling die momenteel echter niet beleefd wordt (of kan worden). Door de vele achtergevels aan het parkeerterrein en de naoorlogse toevoegingen aan het klooster gaat hier helaas enige ruimtelijke kwaliteit verloren.



Huidig gebruik centrumstructuur

Het ‘standaard’ bezoekersonderzoek (zie par. 2.3) is in Veghel uitgebreid met een onderzoek naar de looproutes in het centrum. Op de belangrijkste ‘bronpunten’ van het centrum is aan passanten gevraagd welke bestemmingen zij hebben bezocht in het centrum en via welke route zij dit gedaan hebben*. Een dergelijk onderzoek biedt veel inzicht in de relatie tussen bepaalde startplekken (bijv. parkeerplaatsen), verblijfsgebieden en publiekstrekkers van het centrum.

* Het betreft hier geen passantentelling, waarbij álle bezoekers van een bepaalde plek op een gegeven moment geteld worden.

De respondenten van het bezoekersonderzoek zijn grofweg in te delen in vier ‘bronpunten’: parkeerterrein Vlas en Graan (met Aldi als belangrijkste publiekstrekker), het Stadhuisplein (vanwege het langparkeren) en Meijerijplein (HEMA), De Kempen (Aldi en Action) en in mindere mate De Markt en overige locaties aan de westzijde van het centrum.

Wanneer mensen gevraagd wordt naar hun bestemming in het centrum wordt de HEMA het vaakst genoemd (door circa 26% van de bezoekers), gevolgd door Lidl, Action en Aldi (ieder door circa 20% van de bezoekers). AH en EMTÉ komen in dit onderzoek minder sterk naar voren als bronpunt of bestemming van het centrumbezoek; dit zou er op kunnen duiden dat deze supermarktbezoekers door de relatief grote afstanden en matige ruimtelijke relatie in mindere mate hun bezoek combineren met een bezoek aan het centrum.

Grofweg de helft van de respondenten kwam tijdens het centrumbezoek op enig moment langs het Meijerijplein. Enerzijds komt dit door de aanwezigheid van HEMA en (in mindere mate) Blokker, maar anderzijds zijn er ook veel passanten die vanuit een van de startpunten op weg zijn naar een bezoekdoel verderop in het centrum.

Looproutes vanaf bronpunt Vlas en Graan



Looproutes vanaf Stadhuisplein en Meijerijplein



Looproutes vanaf De Kempen en EMTÉ



Het Meijerijplein is dan ook niet echt een verblijfsruimte, zoals de Markt dat bijvoorbeeld wel is. Doordeweeks wordt de Markt door relatief weinig mensen bezocht (circa 10% van de respondenten), op zaterdag ligt dit aandeel beduidend hoger (circa 40%). Hieruit blijkt dat de Markt vooral vanuit recreatief oogpunt bezocht wordt.

Ook het zuidelijke stuk Molenwieken (vanaf het Steegje tot en met het binnenplein) wordt door veel (circa 45%) van onze respondenten, komend vanuit alle windrichtingen, gebruikt als doorgangsplek of vanwege een doelgericht bezoek (met name Kruidvat).

Looproutes vanaf de Markt en overige locaties



Conclusie functioneel-ruimtelijke analyse

In de huidige opzet kent Veghel een onevenwichtige opzet van het centrum. Aan de oostzijde bevinden zich sterke publiekstrekkers, terwijl de ruimtelijke kwaliteit aan de westzijde van het centrum ligt. Er is een groot contrast in maat en uitstraling van de openbare ruimte; van het grootschalige Stadhuisplein en het onbestemde Meijerijplein tot het verscholen 'kruip-door-sluip-door'-labyrint van het monofunctionele winkelgebied. Hoofdstraat en Markt bieden wel een herkenbare openbare ruimte met een prettig verblijfsklimaat.

Centraal in het winkelgebied domineert de leegstand het straatbeeld, terwijl de verschillende aanloopstraten het centrum gevoelsmatig in alle richtingen verder oprekken. Gezien de veranderende winkelmarkt is het niet haalbaar om al deze publieke meters van aantrekkelijk programma te voorzien. De belangrijkste opgave in Veghel is dan ook om de balans in het centrum te herstellen en terug te keren naar de basis met minder ruimte voor detailhandel.

Sterktes en zwaktes

+ Programmatisch sterke oostkant met publiekstrekkers en parkeervoorzieningen
+ Ruimtelijk sterke westzijde met (historische) kwaliteit Markt en Hoofdstraat
+ Twee sterke horecaclusters met eigen profilering en aanvullend programma (dag/avond)
- Zwakke ruimtelijke kwaliteit langs Stadhuisplein en Meijerijstraat door grote bouwvolumes en een ruim opgezette openbare ruimte met weinig uitstraling
- Programmatisch zwakke westkant met veel leegstand rond Patio en aan de noordzijde van de Markt
- Onoverzichtelijk (korte zichtlijnen) en naar binnen gekeerd centraal winkelgebied, veelheid aan looproutes zorgt voor versnippering
- Geen duidelijke afbakening centrum, mede door programmatisch sterke aanloopgebieden (Stadhuisplein, Hoogstraat, Stationsstraat)
- Historische en landschappelijke kwaliteiten (Aa, park en klooster) zijn weinig zichtbaar

5.4 De basis voor een nieuwe centrumstructuur

Het ideale dorpscentrum

Om te zorgen dat inwoners van Veghel weer trots kunnen zijn op hun dorpshart, zal het centrum van Veghel terug moeten keren naar de basis. Een aantrekkelijk en relevant dorpscentrum heeft een aantal onderscheidende kwaliteiten voor de inwoners van de eigen kern:

- Herkenbaar: passend bij de 'eigen' identiteit;
- Toegankelijk: goede bereikbaarheid en aantrekkelijke voorzieningen voor eenieder;
- Compact: overzichtelijk en laagdrempelig.

De combinatie van deze factoren maakt dat bezoekers weer graag naar het centrum komen om eenvoudig de nodige boodschappen te doen in een aantrekkelijke omgeving, waar je bovendien regelmatig bekenden tegenkomt. Lokale ondernemers kunnen van deze sterke basis profiteren en een 'goede naam' opbouwen onder het lokale publiek, door service en kwaliteit te bieden. Vanuit creatief ondernemerschap kan het centrum zich zo onderscheiden van de kleurloze ketens (middenmoot) of onpersoonlijke webshops.

In deze paragraaf wordt in drie stappen een basis opgebouwd dat als vertrekpunt dient voor het 'nieuwe' Veghelse centrum.

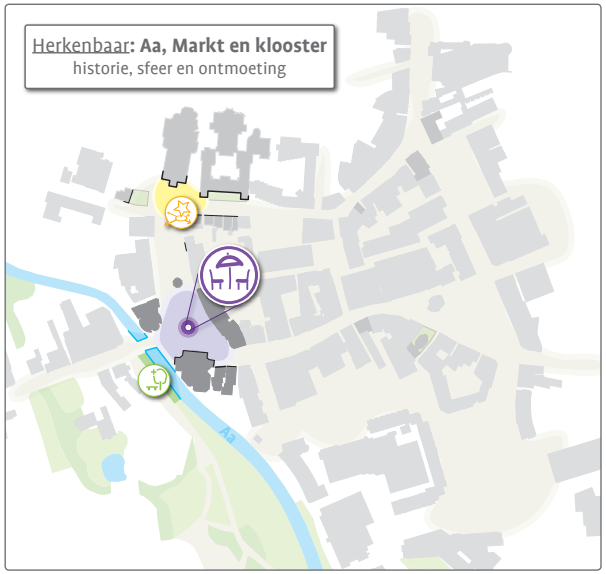
Het herkenbare centrum

Wanneer we de Veghelaar vragen waar hij of zij trots op is in het huidige centrum, dan wordt er direct naar de Markt gewezen. Dit is de plek waar men in het weekend graag in het zonnetje op het terras zit en waar de kermis en andere evenementen worden gehouden. Het zuidelijke deel van de Markt heeft hierbij een duidelijke horecafunctie. De bibliotheek vergroot het maatschappelijke belang van deze plek en het voormalige raadhuis en de monumentale kerk geven de openbare ruimte een herkenbaar karakter. Door de relatie met het water van de Aa en het kloostercomplex te versterken kan het recreatieve bezoek gestimuleerd worden.

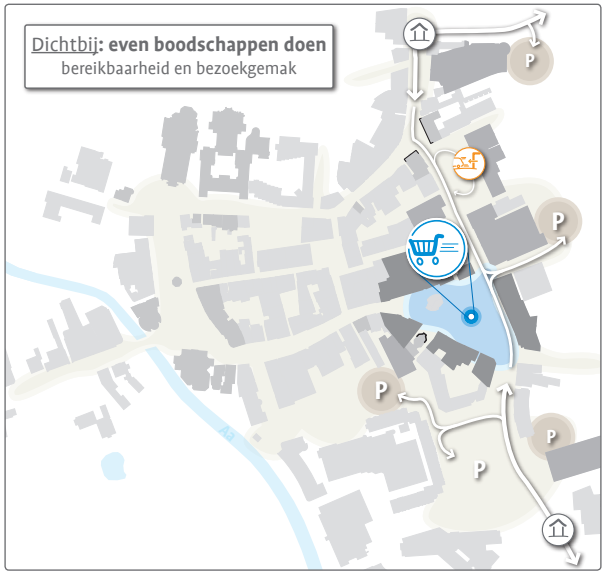
Het voorzieningencentrum dicht bij huis

Aan de andere kant van het centrum vormt de Meijerijstraat als het ware de ruggengraat van het centrum. Hier zijn immers de belangrijkste toegangswegen, parkeervoorzieningen en publiekstrekkers (supermarkten) gevestigd. Het Meijerijplein heeft hier een prominente entreefunctie: veel centrumbezoekers passeren deze plek van en naar hun bezoekdoel elders in het centrum. Hoewel de bestaande ruimtelijke kwaliteit van het plein verbeterd zal moeten worden, is de praktische en de historische verankering van deze locatie dusdanig sterk dat het voor de Veghelaar zeker zal bijdragen aan de relevantie en aantrekkelijkheid van het centrum.

Stap 1: de Markt als identiteitsdrager



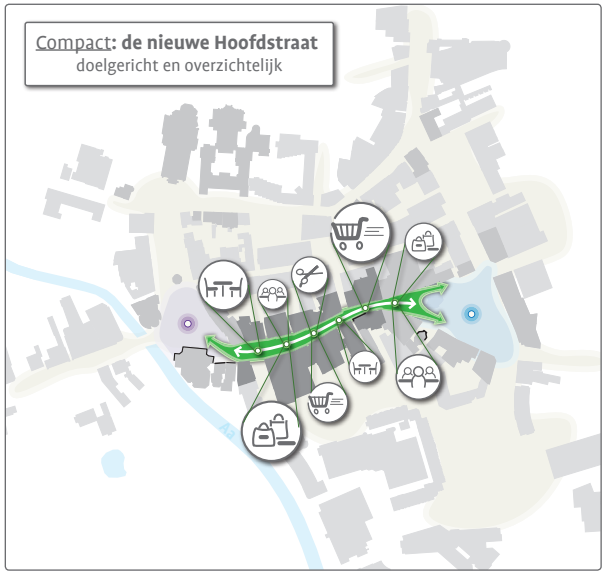
Stap 2: toegankelijk voor de lokale bezoeker



Een sterke basis voor een compact centrum

De naam zegt het al: de Hoofdstraat vormt de belangrijkste verbinding binnen het centrum van Veghel. Via dit historische lint worden de beide pleinen aaneengeregen tot een compact en overzichtelijk centrum. Dankzij deze (dorps-) straat weet je altijd waar je bent in het centrum. Door een sterke bundeling van bezoekers-stromen in een compacte hoofdstructuur wordt bovendien de kans op combinatiebezoek groter. De Hoofdstraat kent daarom straks idealiter een mix van ketens en lokale zelfstandige onderne-mers. Met Markt, Meijerijplein en Hoofdstraat heeft Veghel een sterke basis, waar overige centrumfuncties op kunnen aanhaken.

Stap 3: een compacte en overzichtelijke basis



Terug naar de basis: een aantrekkelijk en relevant dorpscentrum voor de Veghelaar



5.5 Vervolgactie

Uitgangspunten voor vervolgoverleg

In de vorige paragraaf is de basis voor de toekomstige Veghelse centrumstructuur geschetst. Dit is echter slechts de start: linksom of rechtsom is er nog voldoende ruimte om aanvullende (en onderscheidende) (deel)gebieden te creëren als versterking van deze basis. In dit stadium is het echter niet mogelijk om 'zomaar' voor te schrijven welke delen van het huidige centrum hun publieke functie behouden en waar deze juist verdwijnt.

Dit kan alleen bepaald worden door middel van een zorgvuldig en integraal vervolgtraject per deelgebied met alle belanghebbenden in het centrum. Bewoners, bestuurders, ondernemers en vastgoedeigenaren hebben allemaal kennis, invloed én ideeën over welke van de verschillende deelgebieden uit het bestaande centrum ook deel uit zouden moeten maken van de toekomstige centrumstructuur.

De saneringsopgave is echter dusdanig groot van omvang en impact, dat enig houvast gewenst is. De uitgangspunten op deze pagina's vormen daarom het startpunt voor het vervolgtraject. Markt, Hoofdstraat en Meijerijplein vormen de basis voor het nieuwe centrum van Veghel.

Stap 4: kansen en mogelijkheden bespreken met betrokken stakeholders



Uitgangspunten voor de Markt

- De zuidelijke helft van de Markt (tussen kiosk en Stadhuis) is primair bestemd voor horecadoeleinden, aangevuld met een passende cultureel/maatschappelijke publieksfunctie (behoud bibliotheek).
- De functie van de noordelijke helft van de Markt (tussen kiosk en kerk) moet in het vervolgtraject bepaald worden. Hierbij valt te denken aan wonen, dienstverlening of sociaal/maatschappelijke publieksfuncties.
- De Markt biedt ruimte aan evenementen die bijdragen aan de Veghelse identiteit, zoals de jaarlijkse kermis en Fabriek Magnifique.
- Waar mogelijk wordt de Aa beter zichtbaar en toegankelijk gemaakt als aantrekkelijke recreatieve route.
- Het monumentale ensemble van kerk, klooster en achterliggende kloostertuin krijgt in de toekomst een nadrukkelijkere positie als identiteitsdrager binnen het centrum. Vanuit het credo ‘behoud door ontwikkeling’ zou het complex bijvoorbeeld ingezet kunnen worden als rustplek in de luwte van het drukke centrumleven.
- Kort parkeren blijft behouden op de Markt. De functie van het parkeerterrein aan de Deken van Miertstraat is onderdeel van discussie, met name vanuit de ambitie om de ruimtelijke kwaliteit hier te verbeteren.

Uitgangspunten voor het Meijerijplein

- De entreefunctie van het plein staat voorop: alles moet er op wijzen dat hier hét centrum van Veghel is, dan wel begint. De pleinwanden vormen daarom zo veel mogelijk (met uitzondering van het Lodewijkskerkje) een aaneengesloten publieksgericht front.
- Detailhandel staat hier centraal: hoe meer winkels in het zicht, hoe groter de kans dat passanten (supermarktbezoekers) verleid worden om het centrum te bezoeken.
- Het behoud van de weekmarkt vergroot de relevantie van het plein voor de Veghelaar.
- Positie en functie van het horecapaviljoen en de aanwezige parkeervoorzieningen staan ter discussie; afhankelijk van de totale centrumstructuur zal er op het plein meer behoefte zijn aan een goede verblijfskwaliteit of juist meer parkeercapaciteit.
- De Meijerijstraat heeft een belangrijke verkeersfunctie en zal deze ook behouden. De profilering kan echter worden aangepast aan de toekomstige functie van het plein (en het programma in de oostelijke pleinwand).
- Vervolgens kan ook de aantrekkelijkheid van het gebied verder vergroot worden, bijvoorbeeld door vergroening (duurzaam inrichten) van de openbare ruimte of het verbeteren van de uitstraling van de omliggende panden.

Uitgangspunten voor de Hoofdstraat

- Tussen het Meijerijplein en de Markt komt een aaneengesloten publieksgericht gebied, waarbij met respect wordt omgegaan met de monumentale panden in de straat.
- Detailhandel wordt afgewisseld met overige centrumfuncties. Hierdoor ontstaat een levendige winkelstraat, waar zowel lokale ondernemers als landelijke ketens een plek kunnen vinden (door juiste balans in grote en kleine units).
- De verkeersfunctie blijft ongewijzigd: tijdens de openingstijden van de winkels is de straat autovrij.
- Parkeervoorzieningen voor de fiets kunnen verder vergroot worden. In de gehele straat moet het mogelijk zijn om de fiets voor de deur van de winkel te parkeren.

Uitgangspunten voor overige centrumlocaties

- In de schil rond het centrum zijn twee zaken van belang: de aanwezigheid van enkele moderne supermarkten (als publiekstrekker voor het centrum) en voldoende, goed bereikbare, parkeervoorzieningen.
- Toekomstige supermarktontwikkelingen dienen bij te dragen aan een versterking van de basisstructuur. Nabijheid en zichtbaarheid van overige winkels vergroot het combinatiebezoek vanuit de supermarkten.

- Het toekomstige centrumprogramma (aard en omvang) van de locaties Vlas en Graan, Stadhuisplein en Bolkenplein staat verder nog ter discussie. Zo zou het Bolkenplein, vanwege de goede bereikbaarheid, zich bijvoorbeeld verder kunnen profileren als een Stop&go-milieu: detailhandel, (afhaal-) horeca en/of dienstverlening met kort parkeren direct voor de deur.
- Met name rond het Stadhuisplein en Vlas en Graan liggen er kansen om de uitstraling van het gebied te verbeteren. De ruimtelijke kwaliteit kan hier vergroot worden door de (groene) relatie met de Aa te verbeteren.
- De toekomst van het zwembad in het centrum wordt momenteel onderzocht. In de basis is de aanwezigheid van een dergelijk publiek programma een goede aanvulling op het toekomstig centrumprogramma.

<u>Kaders voor het vervolgoverleg (ten behoeve van de toekomstige centrumstructuur)</u>

- Centrale opgave in het vervolgtraject is een vermindering van het bestaande leegstaande en niet-dagelijkse winkelvloeroppervlak van minimaal 10.000 m².
- In het vervolgtraject dienen in ieder geval lokale ondernemers, pandeigenaren en bewoners betrokken te worden bij een inhoudelijke discussie over de gewenste functie van de verschillende deelgebieden.
- Belangrijk is dat verdere ontwikkelingen bijdragen aan de compactheid, de toegankelijkheid en/of de identiteit van het Veghelse centrum en dat dit gebeurt op een duurzame wijze (dus met aandacht voor zowel ‘people’, ‘planet’ als ‘profit’).
- Deelgebieden binnen het toekomstige centrum dienen een onderscheidende en aanvullende profilering te hebben ten opzichte van de basis. Zo heeft avondhoreca in de Molenstraat bijvoorbeeld een andere functie dan de horeca op de Markt.
- Kortom: de uiteindelijke totale centrumstructuur dient (waar mogelijk) de geschetste basis van Markt, Hoofdstraat en Meijerijplein verder te versterken, maar mag deze in geen geval verzwakken.

Centrumstructuur afmaken

integraal vervolgproces met alle stakeholders

- **Doel:** komen tot een keuze van de deelgebieden die uitmaken van de compacte, toekomstige centrumstructuur, het bepalen van nieuwe perspectieven voor de overige deelgebieden én het stap voor stap creëren van draagvlak voor deze keuzes
- **Projectleider:** gemeente Meierijstad
- **In overleg met:** o.a. ondernemers, eigenaren, centrumbewoners en inwoners
- **Uitgangspunt:** Markt, Hoofdstraat en Meierijplein vormen de basis van het nieuwe centrum
- **Actie:** opstellen van een plan van aanpak en fasering voor het vervolgproces, met daarin (individuele) gesprekken met stakeholders per deelgebied, inventarisatie van wensen en mogelijkheden, analyse van sterktes en zwaktes per straat, voorstel nieuwe centrumstructuur, uitwerking in gebiedsprofielen met stakeholders, afstemming/discussieronde, etc.
- **Indicatie tijdspad:** *jan 2019* - opstellen PvA
  feb 2019 - plenaire kick-off-bijeenkomst met gebruikers en eigenaren
  mrt 2019 - gesprekken stakeholders
  mei 2019 - hoofdlijnen visie
  jun 2019 - vervolggesprekken deelgebieden
  sep 2019 - discussie en uitwerking plan
  dec 2019 - vaststelling gemeenteraad



6 Centrumvisie Noordkade

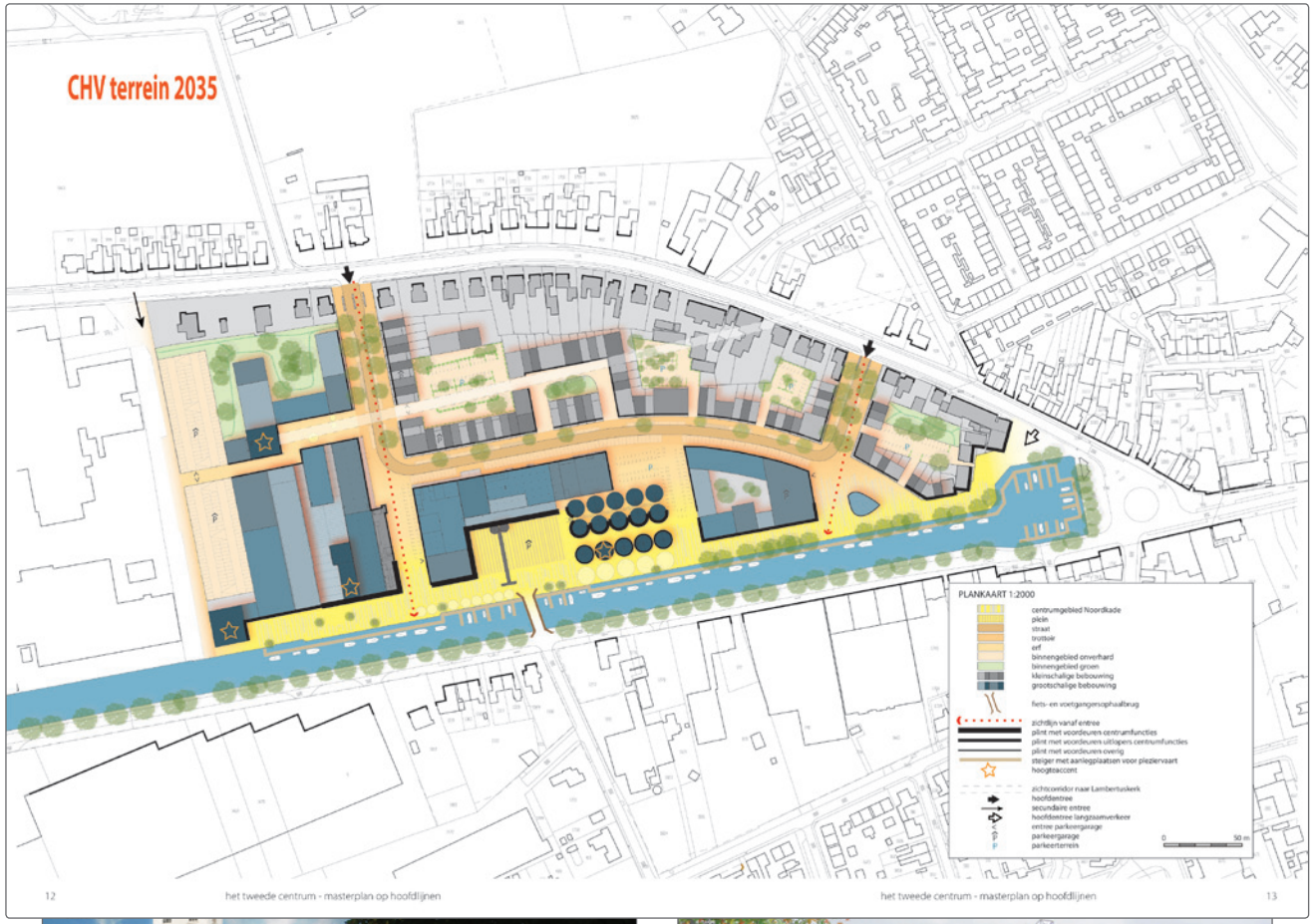
6.1 Functioneel-ruimtelijke analyse

Inleiding

De Noordkade vormt een uniek (centrum)gebied in de gemeente Meierijstad én de omliggende regio. Hier wordt het ondernemende karakter van de gemeente getoond en kan je de (industriële) bedrijvigheid echt beleven. Met het behoud en de herbestemming van de karakteristieke gebouwen en installaties op het voormalige CHV-terrein heeft Meierijstad nu een locatie om trots op te zijn. Aan de hand van het masterplan voor het CHV-terrein uit 2010 is de transformatie van het gebied gefaseerd in gang gezet. Het project is bovendien gebruikt als pilot voor de nieuwe Omgevingswet. Na de komst van de eerste pioniers hebben de afgelopen jaren enkele identiteitsdragers zich in het gebied gevestigd.

Nu de identiteit van het gebied zich begint te vormen rondom de thema's Food en Cultuur, wordt het tijd om vooruit te kijken naar de voltooiing (3e fase) van het gebied. Met de juiste balans tussen wonen, werken en beleven heeft het gebied de potentie om door te groeien tot een centrum voor alle inwoners van Meierijstad. In dit hoofdstuk worden, na een korte schets van de huidige stand van zaken, enkele aanbevelingen gedaan voor toekomstige ontwikkelingen.

Masterplan CHV-terrein Veghel (de Architecten Cie, 2010)







De planning vooraf

Volgens de fasering uit het masterplan bevindt het gebied zich nu in de fase ‘identiteitsdragers (2015-2025). In deze periode wordt het westelijke deel van de Noordkade voltooid, waarmee er een afgerond cluster wordt gevormd rondom de thema’s Food en Cultuur. Tegelijkertijd wordt in de planning voor deze periode ingezet op de komst van enkele ambachtelijke en creatieve bedrijven aan de oostzijde van het gebied, die ontsloten worden door een tijdelijke entree. Met de ontwikkeling van kleinschalige nieuwbouw en de plaatsing van een tijdelijk containerdorp wordt in deze fase bovendien voorgesorteerd op een verdere transformatie van het gebied.

Succesvolle transformatie

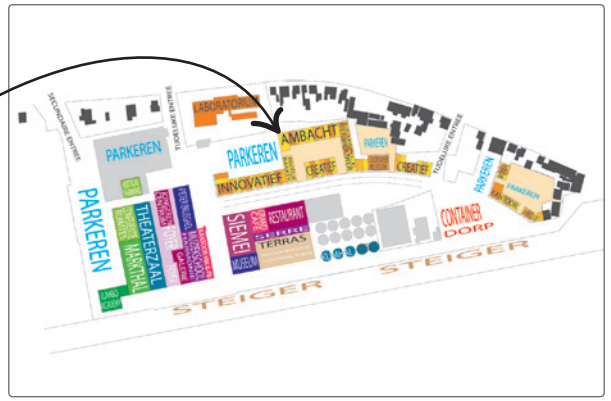
Wanneer we nu (najaar 2018) kijken naar de status van het gebied, dan zien we dat het westelijke deel van het terrein grotendeels volgens planning is gerealiseerd. Het theater De Blauwe Kei vormt samen met enkele educatieve instellingen en een jongerencentrum een duidelijk cultuurcluster. Daarnaast fungeren overige leisurefuncties, zoals bioscoop en escaperooms, als publiekstrekkers. Ondersteunende horeca in de bijzondere industriële setting maakt het geheel tot een prettig verblijfsgebied. Ook het thema ‘food’ is inmiddels volop aanwezig in het westelijke deel van de Noordkade. Hier is de grootste supermarkt van de gemeente gevestigd (Jumbo Foodmarkt van ca. 2.900 m² wvo) en zijn er diverse zelfstandige ondernemers geclusterd rond een overdekt foodcourt: de Proeffabriek. Met de thema’s Cultuur en Food en met enkele bijzondere conferentieruimtes heeft het industriële erfgoed hier grotendeels een passende invulling en een nieuwe identiteit gekregen.

Ontbrekende plandelen

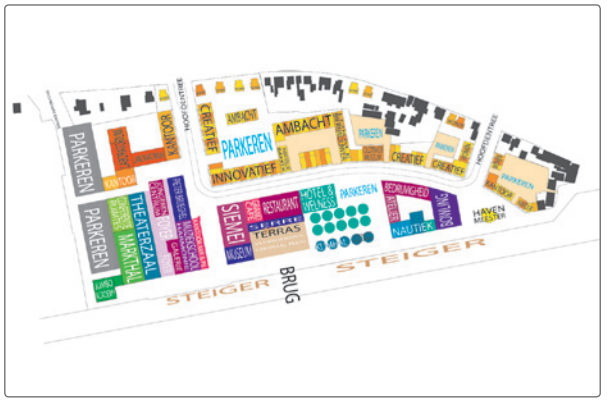
Het oostelijke deel van het voormalige CHV-terrein is echter nog niet ontwikkeld tot het niveau dat in deze fase van het masterplan was voorgesteld. De kleinschalige bedrijvigheid en (nieuwbouw van) woon/werkfuncties zijn om diverse redenen nog niet van de grond gekomen. Voorbij de silo’s is er dan ook weinig levendigheid te vinden. De looproute langs het kanaal richting het centrum is weinig aantrekkelijk. Het grote parkeerterrein, dat in deze fase al gevuld had moeten zijn met creatieve en innovatieve bedrijvigheid, grenst enkel nog aan de achterkant van enkele omliggende percelen. Door dit alles blijft het Food- en Cultuurcluster tot nu toe een eiland in zijn omgeving. Heilig Hartplein en plezierhaven vallen tussen wal en schip: te ver van het Veghelse centrum, maar ook nog niet echt aangesloten bij de levendigheid van de sfeervolle Noordkade.



Fase 1: de pioniers (2010-2015)



Fase 2: de identiteitsdragers (2015-2025)



Fase 3: de voltooiing (2025-2035)

6.2 Functioneel-ruimtelijke visie

De voltooiing

Om door te kunnen groeien tot het ‘stedelijke’ centrum van de dorpenstad Meierijstad, heeft het gebied een volledig spectrum van centrumfuncties nodig. Tot op heden hebben de grootschalige industriegebouwen en de daarbij passende functies de aandacht getrokken. De komende jaren is het echter tijd om ook de kleinschalige bedrijvigheid en waar mogelijk (afhankelijk van milieuzonering) woningen in het gebied te realiseren. Deze nieuwe gebruikers en (in de toekomst) bewoners vergroten de openbaarheid en toegankelijkheid van het gebied en zorgen er voor dat de Noordkade echt wordt opgenomen in de lokale leefomgeving. Zonder deze functies zal het gebied als een eiland, een ‘pret’-park, boven de gemeente blijven zweven.

Regionale aantrekkingskracht

De Noordkade is in de afgelopen jaren succesvol getransformeerd tot een karakteristiek verblijfsgebied dat mede door de aanwezigheid van enkele leisurefuncties een regionale aantrekkingskracht kent. In de toekomst kan er voortgebouwd worden op de bestaande kwaliteiten: de combinatie van de thema’s Food en Cultuur in een industriële setting. Qua programmering blijft het huidige beleid dan ook in stand: het gebied biedt ruimte aan lichte vormen van bedrijvigheid, woningen, leisurefuncties (o.a. horeca) en enige detailhandel, mits deze aansluit bij de eigen identiteit (Food en Cultuur). Dit betreft dus alleen kleinschalige detailhandelsondernemingen die gericht zijn op de verkoop van levensmiddelen en die passen binnen het concept van de Proeffabriek. Een nieuwe supermarkt is dus uitgesloten. Met deze programmatische keuze wordt de eigen identiteit van de Noordkade bewaakt en wordt voorkomen dat het gebied onnodig gaat concurreren met het Veghelse dorpscentrum. De Noordkade is in de huidige vorm een meerwaarde voor de gemeente.

Verschuiving van de ruimtelijke kaders

In het huidige beleid wordt er in Veghel gesproken over één centrum met twee complementaire polen. Met het loslaten van dit model (zie hoofdstuk 2) ontstaat er ruimte voor een herijking van het masterplan voor het CHV-terrein. Zo ligt het zwaartepunt van de publieke centrumfuncties in de huidige situatie aan het kanaal tussen theater en silo’s. In het masterplan worden de publieke functies (bijv. bowling) echter helemaal doorgezet tot aan het Heilig Hartplein, dus nog ten oosten van de silo’s. Uitgaande van de nieuwe visie voor Meierijstad,



De Noordkade: een karakteristiek verblijfsgebied...



...met een eigen identiteit van Food & Cultuur...


...waar de transformatie nog volop gaande is

waarbij Noordkade en dorpscentrum niet langer samen het Veghelse centrum vormen, ontstaat er ten oosten van de silo's ruimte om publieksgerichte functies af te wisselen met (of zelfs te vervangen door) overig programma zoals werken en eventueel in de toekomst wonen. Door hier een stedelijke mix van functies te creëren zal ook de aansluiting naar het Heilig Hartplein vanzelfsprekender worden.

Verdere verankering in het dorp
Aan deze oostzijde van het gebied zou de kade van het kanaal bijvoorbeeld een rustiger en groener karakter kunnen krijgen, passend bij de overgang van grootschalige industrie naar kleinschalig dorpslint. Een aangename recreatieve route langs het kanaal kan bovendien een impuls geven aan de lokale ruimtelijke kwaliteit en het toeristische imago van Veghel. Met de juiste beleidskaders vanuit de gemeente kan de Noordkade in de toekomst doorgroeien van een uniek regionaal Food- en Cultuurcluster naar een levendig woon-/werkmilieu. Het toevoegen van woningen op de Noordkade is in de huidige situatie nauwelijks mogelijk in verband met diverse milieuzones, maar in de toekomst (na de voltooiing van het Masterplan) zou het gebied als stedelijke leefomgeving wellicht wel nieuwe inwoners naar de woonplaats Veghel kunnen trekken.

6.3 Vervolgtraject en acties

Dynamiek door beleid
Gemeente, grond- en vastgoedeigenaren, ondernemers en omwonenden kunnen samen bepalen hoe de oostelijke en noordelijke zijde van het plangebied het beste verder ontwikkeld kunnen worden binnen de nieuwe ruimtelijke uitgangspunten in deze centrumvisie.

De gemeente heeft hierbij vervolgens een belangrijke rol om door middel van een nieuw bestemmingsplan (of een ander beleidsinstrument binnen de pilot van de Omgevingswet) duidelijkheid en zekerheid te bieden aan ondernemers en eigenaren en zo nieuwe ontwikkelingen (hier en in het dorpscentrum) te stimuleren. Na de pioniersfase, waar ad-hoc sturing van pas kwam, is er nu wellicht behoefte aan een andere beleidsaanpak.

Kansen benutten
Ook voor Veghelse ondernemers liggen er in het vervolgtraject kansen om te profiteren van de complementariteit die de Noordkade aan de Veghel biedt. Door middel van samenwerking op het gebied van marketing en tijdens evenementen (fabriek Magnifique) kan enerzijds de regionale positie van de Noordkade en anderzijds de lokale ontmoetingsfunctie van het dorpscentrum versterkt worden, waardoor uiteindelijk het dorp als geheel zich op een positieve manier kan profileren. Hetzelfde geldt voor de gemeente Meierijstad. De Noordkade biedt een podium waar de verschillende kernen zich (op toeristisch gebied) aan de bezoeker kunnen tonen.

Voltooiing masterplan

herijking ontwikkeling en beleidsinstrument

- **Doel:** duidelijkheid en zekerheid scheppen omtrent toekomstige ontwikkelingen
- **Projectleider:** ontwikkelaar en gemeente
- **In overleg met:** o.a. grondeigenaren, omwonenden en ondernemers
- **Uitgangspunt:** nieuwe centrumstructuur Meierijstad (zie hfst. 2)
- **Actie:** evaluatie ontwikkeling fase 1 en fase 2, afstemming over invulling fase 3, vervolg pilot passend beleidsinstrument Omgevingswet, samenwerking centrumondernemers stimuleren, etc.



Bijlagen

Bijlage A - Begrippenlijst

Ambacht
Beroep/bedrijf waarbij een handwerker met gereedschap eindproducten maakt danwel diensten levert. Voorbeelden hiervan zijn: een kapper, schoonheidssalon, schoenmaker, lijstenmaker en edelsmit.

Branche
Een groep van bedrijven die zich richt op de verkoop van één (dominante) artikelgroep (bijvoorbeeld schoenen) of op de verkoop van een veel voorkomende combinatie van artikelgroepen (bijvoorbeeld sport).

Bouwmarkt
Een winkel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak van minimaal 1.000 m² waarop het volledige assortiment van bouw- en doe-het-zelfproducten aan zowel vakman als particulier wordt aangeboden op basis van zelfbediening.

Bronpunt
Verzamelplaats van consumenten van waaruit zij het bezoek aan een winkelconcentratiegebied beginnen (bijv. parkeergarage, busstation).

Brutovloeroppervlak (bvo)
De totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Cultuur, ontspanning
Voorzieningen (commercieel en niet-commercieel) die ontspanning of vermaak bieden aan bezoekers. Bibliotheek, museum, bioscoop en galerie zijn voorbeelden van culturele (centrum)voorzieningen. De branche 'ontspanning' omvat voorzieningen die gericht zijn op lichamelijke activiteiten (zoals fitness, zwembad, sauna en zonnebank) en amusementslocaties (bijvoorbeeld casino, poolcentrum en bowling).

Dagelijkse artikelen
Artikelen in de branches supermarkten, speciaalzaken (versspeciaalzaak, minisuper, slijter, tabak en lectuur) en persoonlijke verzorging.

Detailhandel
Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

Doe-het-zelf
Een winkel in de doe-het-zelfbranche voert een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor werkzaamheden in, aan en om het huis. We onderscheiden bouwmarkten, breedpakketwinkels, ijzerwarenwinkels en verf-/behangspecialisten.

Dienstverlening (publieksgericht commercieel)
Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/financiële dienstverlening (bijv. assurantiekantoor, bank etc.) en publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau).

Franchising
Contractuele samenwerking tussen formule-eigenaar (franchisegever) en de huurder van de formule (franchisenemer), waarbij de franchisenemer de winkelformule van de franchisegever voert voor eigen rekening en risico, tegen vergoeding en volgens voorwaarden van de franchisegever.

Frictieleegstand
De leegstand tussen twee verhuurperioden die maximaal één jaar beloopt.

Grootschalige detailhandel
Een winkel met een omvang van minimaal 1.000 m² winkelvloer-oppervlak.

Horecabedrijf
Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

Internetwinkel
Detailhandel die producten en diensten via internet aanbiedt.

Koopkrachtbinding
Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied.

Koopkrachttoevloeiing
Het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied komt, ofwel het aandeel vreemde koopkracht.

Leegstand
Leegstaand commercieel vastgoed (te koop/te huur) waar detailhandel mag vestigen.

Leisure
Commerciële en niet-commerciële vrijetijdsvoorzieningen (bijv. restaurant, museum, winkel, ijsbaan, bioscoop, theater etc.)

Maatschappelijke voorzieningen
Educatieve, sociaal-medische, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen, voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

Marktaandeel
Aandeel van de betreffende onderneming(en) in de consumptieve bestedingen aan artikelen/artikelgroepen, uitgedrukt in procenten.

Marktsegment
Op basis van samenstelling van het assortiment en prijsstelling van de artikelen kunnen commerciële bedrijven ingedeeld worden in verschillende marktsegmenten (discount, exclusief etc.)

Niet-dagelijkse artikelen
Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches supermarkten, speciaalzaken en persoonlijke verzorging.

Perifere detailhandel
Detailhandel gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied (bijv. op een bedrijventerrein).

Themamarkt
Een warenmarkt die zich van andere markten onderscheidt door een specialisatie op bepaalde producten en/of doelgroepen (bijv. groenten- en fruitmarkt, antiekmarkt, boekenmarkt etc.).

Tuincentrum
Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen ten verkoop worden aangeboden, alsmede materialen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen.

Verkooppunt (vkp)
Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

Verkoopvloeroppervlak (vvo)
Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo).

Vloerproductiviteit
De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak. Deze varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule.

Volumineuze detailhandel
Detailhandel in auto's, boten, caravans en tenten, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers en sanitair evenals bouwmarkten, detailhandel in woninginrichting waaronder meubels en tuincentra. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk.

Warenhuis
Een winkel waarin ten minste zes van de volgende artikelgroepen worden aangeboden: voedings- en genotmiddelen, kleding/textiel, meubelen/ woninginrichting, verlichting, huishoudelijke artikelen, consumenten-elektronica, doe-het-zelfartikelen, educatie- en vrijetijdsartikelen. De artikelgroep kleding/textiel is altijd aanwezig. De afzonderlijke artikelgroepen nemen tussen de 5% en 50% van het winkelvloeroppervlak in beslag.

Warenmarkt
Een verzameling van minimaal 7 kramen, verkoopwagens of grondplaatsen van waaruit de toegelaten kooplieden detailhandel bedrijven. Een warenmarkt wordt met vaste regelmaat gehouden op een bepaald tijdstip en op een bepaalde dag en is ingesteld krachtens een gemeenteraadsbesluit.

Weekmarkt
Een warenmarkt die één tot drie dagen per week op eenzelfde locatie wordt gehouden.

Winkel
Een voor het publiek vrij toegankelijk pand ten behoeve van de bedrijfsmatige verkoop van goederen aan particulieren, met in ieder geval het tonen van goederen.

Winkelgebied
Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

Winkelondersteunende horeca
Een horecabedrijf is winkelondersteunend wanneer het bedrijf voor wat betreft ligging ondersteunend is aan, en voor wat betreft openingstijden in het algemeen vergelijkbaar is met detailhandelsvestigingen. De bedrijfsactiviteit van winkelondersteunende horeca bestaat uit het verstrekken van in hoofdzaak kleinere maaltijden, lunch, koffie/thee en overige dranken.

Winkelvloeroppervlak (wvo)
De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

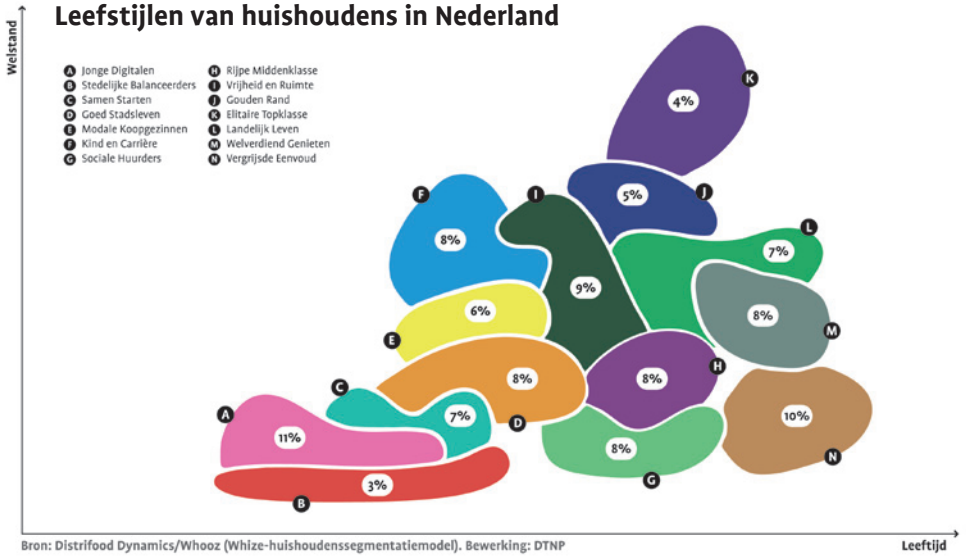
Woninginrichting
De woninginrichtingsbranche wordt gevormd door winkels met een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor de inrichting van het huis. In de woninginrichtingsbranche onderscheiden we meubelspeciaalzaken, slaapkamerspeciaalzaken, woningtextielzaken, verlichtingszaken, gemengde zaken, tegelhandel, keukenspeciaalzaken, kurk- en parketzaken, badkamer- en sanitairzaken en zonweringszaken.

Bijlage B - Whize-leefstijlen van huishoudens

Het Whize-huishoudenssegmentatiemodel van Whooz (www.whooz.nl) bestaat uit veertien leefstijlen die zijn samengesteld op basis van onder andere welstandsniveau (inkomen), leeftijd, omvang van het huishouden, opleidingsniveau, woonsituatie, etc. Ieder van de huishoudenssegmenten heeft dan ook andere behoeftes en interesses wanneer het gaat om het centrumaanbod. In de grafieken zijn de huishoudenssegmenten gerangschikt naar leeftijd en welstandsniveau.

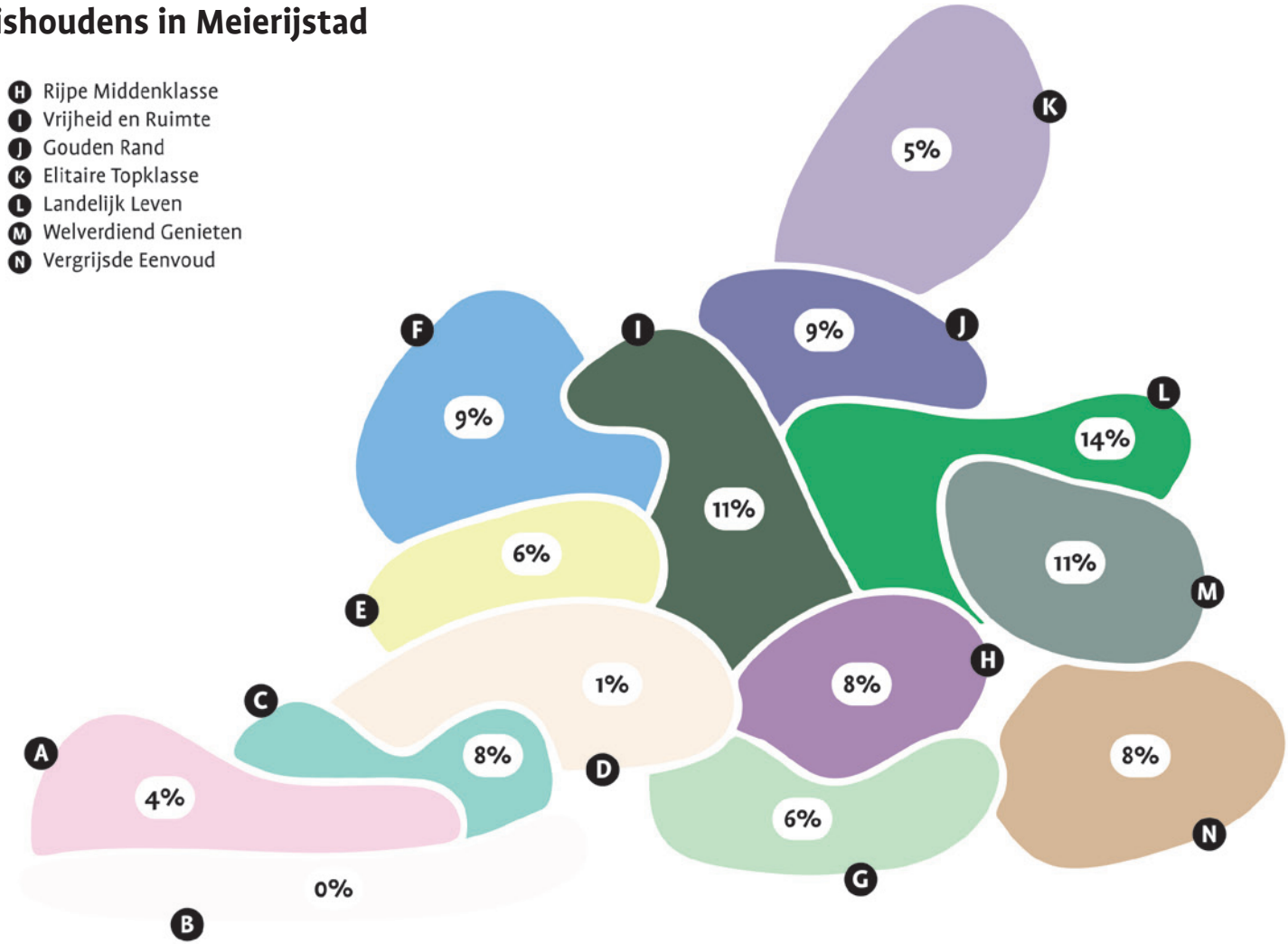
Per postcodegebied (PC5-niveau) is de aanwezigheid van de verschillende segmenten in kaart gebracht, waardoor het verzorgingsgebied van een centrum kwalitatief geduid kan worden. Op de volgende pagina's is de aanwezigheid van de verschillende segmenten in (delen van) Meierijstad weergegeven en wordt iedere segment kort toegelicht.

In de recreatie en toerisme-visie van de gemeente Meierijstad is gebruik gemaakt van een ander segmentatiemodel: Mentality (van Motivaction). Doordat in dat model de leefstijlen gebundeld zijn op basis van 'status' en 'waarden' (in plaats van 'welstand' en 'leeftijd') is het niet mogelijk om de twee modellen één op één met elkaar te vergelijken.



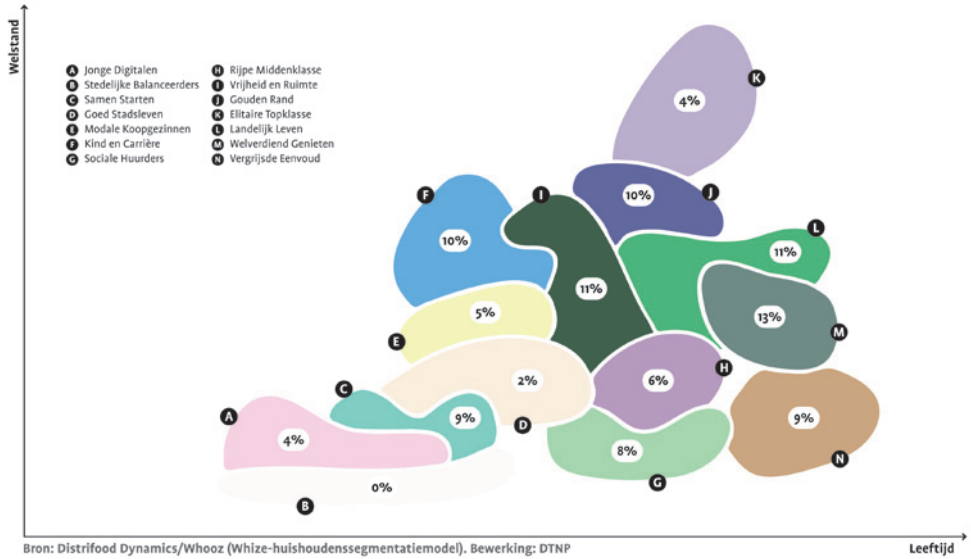
Leefstijlen van huishoudens in Meierijstad

- A Jonge Digitalen
- B Stedelijke Balanceerders
- C Samen Starten
- D Goed Stadsleven
- E Modale Koopgezinnen
- F Kind en Carrière
- G Sociale Huurders
- H Rijpe Middenklasse
- I Vrijheid en Ruimte
- J Gouden Rand
- K Elitaire Topklasse
- L Landelijk Leven
- M Welverdiend Genieten
- N Vergrijsde Eenvoud



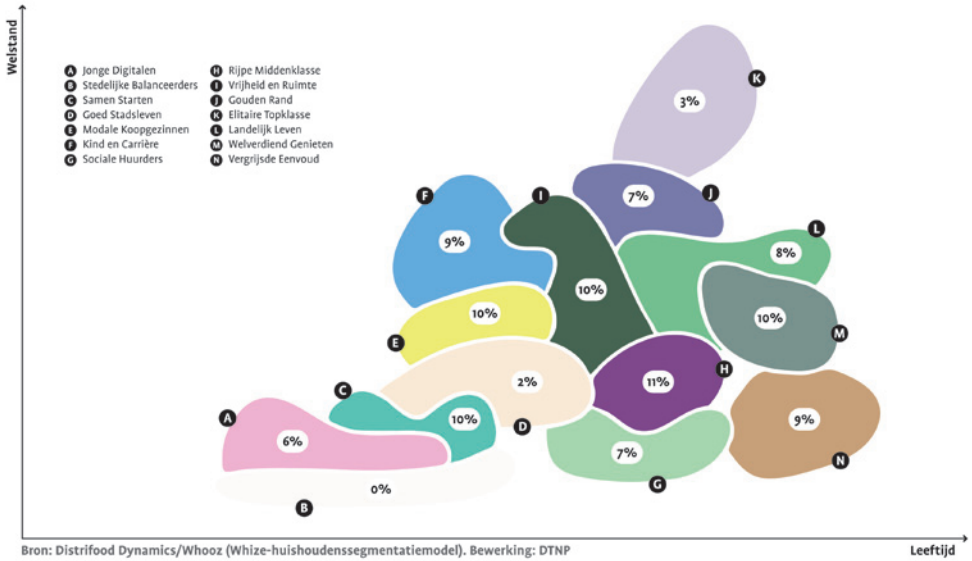
Bron: Distrifood Dynamics/Whooz (Whize-huishoudenssegmentatiemodel). Bewerking: DTNP

Leefstijlen van huishoudens in Schijndel



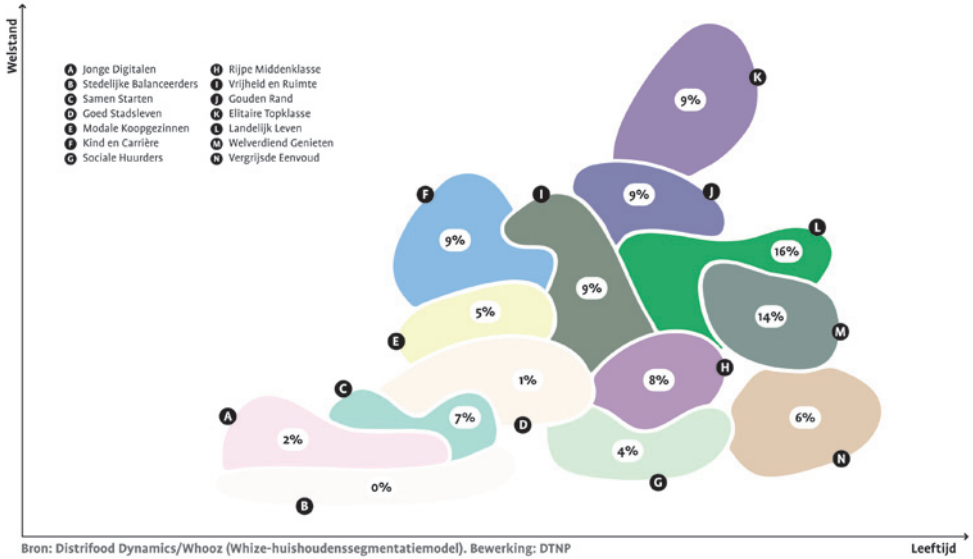
Bron: Distrifood Dynamics/Whooz (Whize-huishoudenssegmentatiemodel). Bewerking: DTNP

Leefstijlen van huishoudens in Veghel



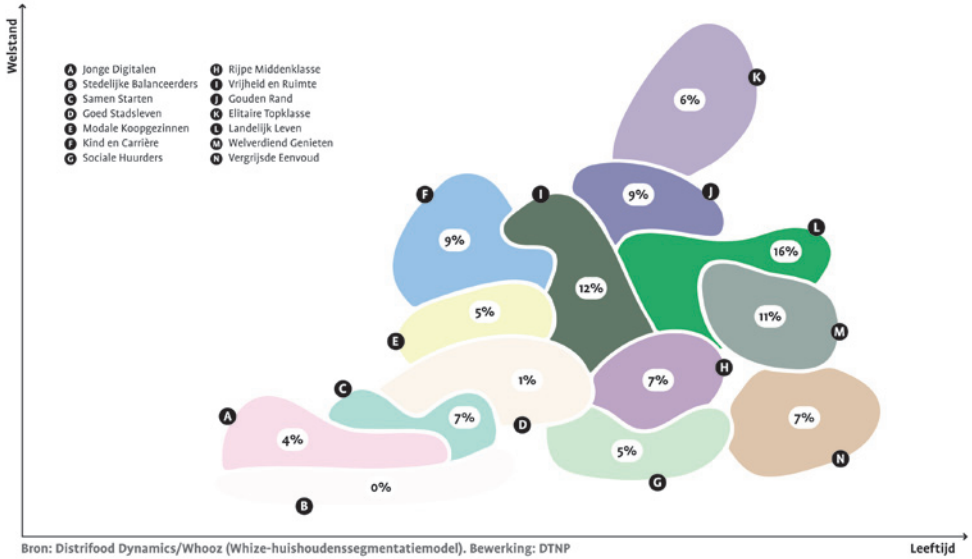
Bron: Distrifood Dynamics/Whooz (Whize-huishoudenssegmentatiemodel). Bewerking: DTNP

Leefstijlen van huishoudens in Sint-Oedenrode



Bron: Distrifood Dynamics/Whooz (Whize-huishoudenssegmentatiemodel). Bewerking: DTNP

Leefstijlen van huishoudens in overige kernen en buitengebied Meierijstad



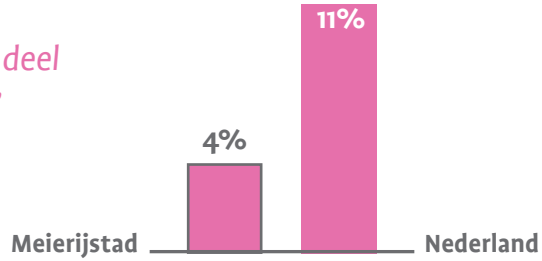
Bron: Distrifood Dynamics/Whooz (Whize-huishoudenssegmentatiemodel). Bewerking: DTNP

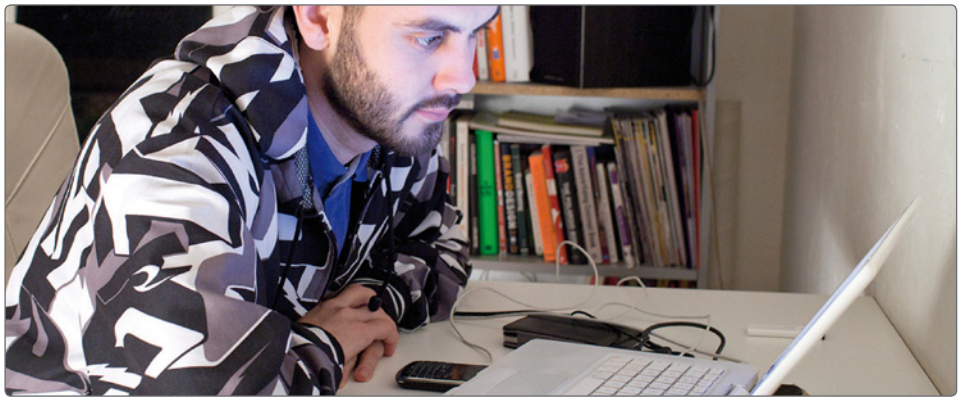
A Jonge Digitalen

De Jonge Digitalen variëren sterk in leeftijd: het merendeel is jonger dan 30 jaar. Ze wonen meestal alleen en hebben nog geen kinderen. Sommige Jonge Digitalen hebben wel al een kind en wonen dan samen. Het opleidingsniveau van de Jonge Digitalen verschilt sterk: van laag tot universitair. Ze hebben nog geen full-time baan en daardoor een beneden-modaal tot 1,5 keer modaal inkomen. Er staat geen auto voor de deur; meestal reizen ze met het openbaar vervoer.

Recent zijn de Jonge Digitalen verhuisd naar een huurappartement of eventueel een tussenwoning van maximaal 90 m² in de grotere studentensteden.

"Internet is een belangrijk deel van mijn dagelijkse leven."





B Stedelijke Balanceerders

De Stedelijke Balanceerders zijn meestal jonger dan 40 jaar. Ze hebben zeer vaak een buitenlandse achtergrond, zijn alleenstaand of samenwonend en hebben meestal geen kinderen. Sommigen hebben een nog jong gezin. Het inkomen verschilt sterk, maar is overwegend laag. Ze hebben meestal ook een lagere opleiding genoten. Op dit moment zijn ze student, zitten ze zonder baan of werken ze part-time. Ze doen veel met het openbaar vervoer of te voet. Soms staat er een oudere, kleine auto voor de deur.

Hun appartement of eventueel simpele tussenwoning (maximaal 90 m²) is gehuurd. Ze wonen in dichtbevolkte, vaak multiculturele wijken, dicht bij winkelcentra, scholen en sportverenigingen.

"Wie weet kan ik nog eens naar een betere wijk verhuizen.."



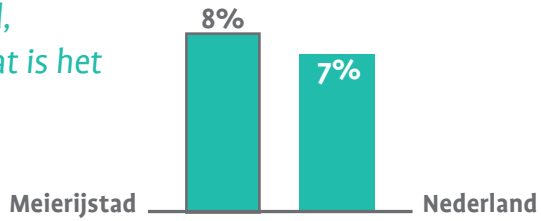


C Samen Starten

De groep Samen Starten bestaat uit mensen van circa 25 tot 45 jaar. Ze wonen meestal samen (al dan niet getrouwd) of zijn alweer uit elkaar. Soms hebben ze kinderen (0 tot 19 jaar). Het opleidingsniveau is laag en daar is hun financiële situatie ook naar. Ze bevinden zich in de lagere sociale klassen en hebben soms geen auto voor de deur staan. Een relatief groot aantal van deze groep werkt momenteel niet of hooguit part-time. Maar ook al hebben ze weinig middelen, ze geven het toch graag uit. Ze schromen er niet voor één of meerdere leningen af te sluiten.

De groep Samen Starten woont vaak in een eenvoudig, meestal gehuurd, rijtjeshuis (circa 90 tot 135 m²) in een middelgrote gemeente.

"We hebben het niet breed, maar we hebben elkaar. Dat is het belangrijkst"



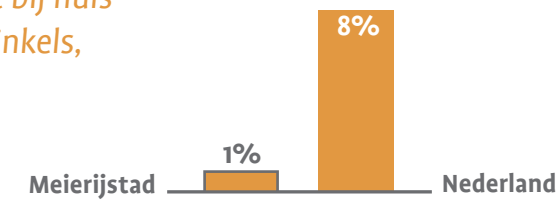


D Goed Stadsleven

De groep Goed Stadsleven varieert sterk in leeftijd, en is over het algemeen alleenstaand of anders samenwonend. Als ze nog alleen zijn, hebben ze vaak het plan om binnen een jaar samen te wonen of te trouwen. Grote kans dat ze dan weer verhuizen. Ze zijn hoog- of wetenschapschappelijk opgeleid, maar het inkomensniveau verschilt erg. Sommigen studeren en/of werken part-time, anderen hebben een full-time baan. Bussen en trams stoppen praktisch voor de deur, dus een auto hebben ze vaak niet nodig.

De groep Goed Stadsleven woont in een appartement (vaak hooguit 90m²) in de centra van de grote steden of in de drukkere randgemeenten. De woning is koop of eventueel van de particuliere verhuur.

"Het is fijn om alles dicht bij huis te hebben: sportclubs, winkels, cafés ..."



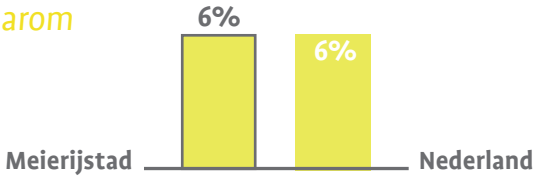


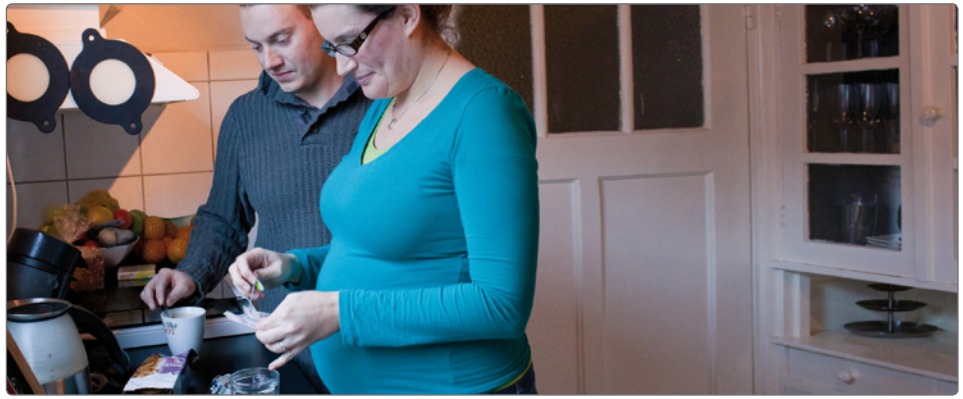
E Modale Koopgezinnen

De samenwonende/getrouwde ouders van de Modale Koopgezinnen zijn circa 30 tot 50 jaar en hebben thuiswonende kinderen (meestal niet ouder dan 12 jaar). Het inkomen is modaal of iets daarboven. Ze volgden een middelbare tot hoge opleiding en de kostwinner vervult nu een full-time functie, bijvoorbeeld in de techniek of detailhandel (zowel leidinggevend als niet-leidinggevend). Ze hebben minimaal één (lease)auto.

De Modale Koopgezinnen wonen in gezinsrijke gemeenten. Vlakbij liggen een klein winkelcentrum, scholen en speeltuinen. In het verleden verhuisden de Modale Koopgezinnen vaak; nu hebben ze een rijtjeshuis van circa 91 tot 135 m², waar ze met het gezin een tijd kunnen verblijven.

"Ik kom eigenlijk nooit toe aan een middagje winkelen; daarom bestel ik veel online."



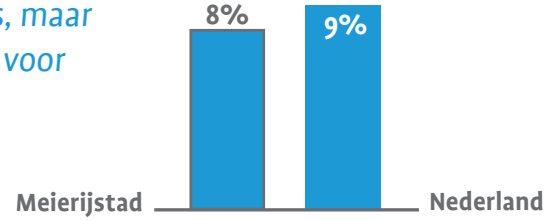


F Kind en Carrière

De mensen van Kind en Carrière zijn getrouwd of wonen samen en hebben meerdere kinderen. De leeftijd van die kinderen verschilt sterk, sommigen hebben zelfs al een 20-plusser. De ouders zelf zijn meestal tussen de 30 en 60 jaar. Ze zijn hoog- tot universitair opgeleid en vervullen een leidinggevende functie in bijvoorbeeld de ICT of financiële dienstverlening. Ze hebben een koopwoning, en een of meer auto's voor de deur. Het inkomen is goed en van een kredietrisico is geen sprake.

De mensen van Kind en Carrière wonen meestal in een rijtjeshuis, dat na 1990 is gebouwd. De oppervlakte verschilt, maar is minimaal 90 m² en daarmee goed geschikt voor een gezin.

"Het is altijd gezellig thuis, maar ik ben er zelf meestal niet voor zes uur."



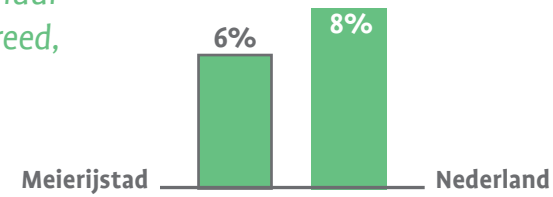


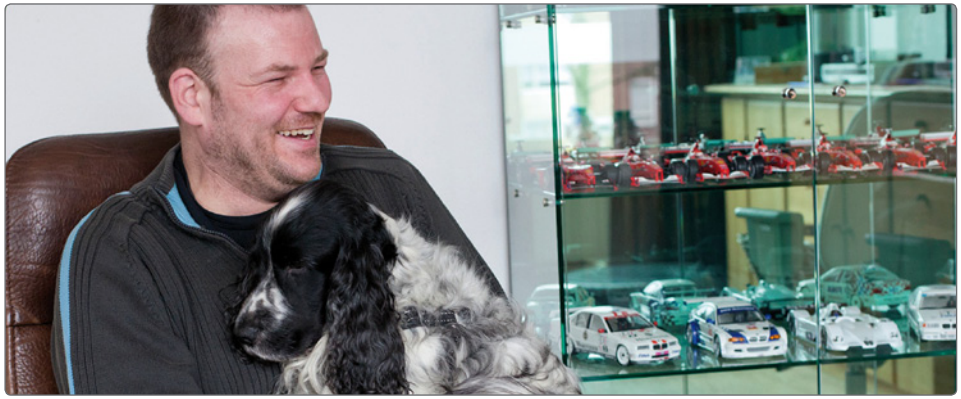
G Sociale Huurders

De Sociale Huurders hebben een middelbare leeftijd (45 tot 65 jaar). Ze zijn vaak alleenstaand. Kinderen zijn er niet of anders zijn zij minimaal 20 jaar oud. De groep is laag-, een enkele keer middelbaar opgeleid. Vaak zitten de Sociale Huurders werkloos thuis (bijstand/arbeidsongeschikt) of zijn ze met de VUT. Soms werken ze part-time, bijvoorbeeld in de bediening of in een fabriek. Als ze een auto hebben, is deze uit het lagere segment. De Sociale Huurders behoren tot de lagere sociale klassen.

Ze wonen in simpele huurwoningen in de goedkopere randgemeenten van grote steden. Hier huren ze van een corporatie een appartement of een rijtjeswoning (meestal maximaal 90 m²).

"Ik ben wel blij met mijn huurwoning. Ik heb het niet breed, maar ik heb wel een dak boven mijn hoofd."



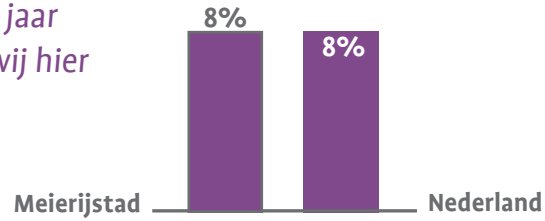


H Rijpe Middenklasse

De Rijpe Middenklasse bestaat uit vijftigplussers – meestal tussen de 50 en 75 jaar oud. Ze zijn getrouwd of wonen samen, een deel is alleenstaand. Meestal zijn er geen kinderen, anders zijn ze minimaal 13 jaar oud. Deze groep is middelbaar opgeleid; ze werken nog (full-time of part-time) of zijn al met pensioen. Voor de deur staat minimaal één auto, meestal tweedehands. Het inkomen is modaal tot twee keer modaal en de Rijpe Middenklasse redt zich er prima mee.

Deze groep is vooral te vinden in kleinschaligere gemeenten. Ze wonen hier al jaren in een ruim opgezette wijk in een naoorlogse rijtjeswoning (meestal koop, anders via de particuliere verhuur) van circa 91 tot 135 m².

"We wonen hier al twintig jaar plezierig; voorlopig gaan wij hier niet meer weg."



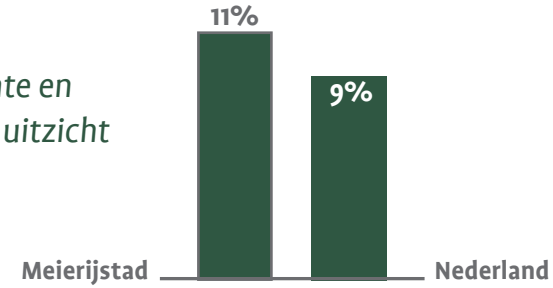


I Vrijheid en Ruimte

De ouders van Vrijheid en Ruimte zijn getrouwd en gemiddeld 40 tot 75 jaar oud. In het huishouden zijn vaak één tot drie kinderen aanwezig, meestal ouder dan 6 jaar. Het opleidingsniveau van de ouders is middelbaar tot hoog en ze werken full-time. Ze geven vaak leiding in de sector industrie of bouwnijverheid. Het inkomen varieert van modaal tot zeer goed; het kredietrisico is ver ondergemiddeld. Ze bezitten vaak twee auto's.

Deze gezinnen wonen in gemoedelijke gemeenten met circa 10.000 (vooral autochtone) inwoners. Hier bezitten ze een twee-onder-één-kapwoning of vrijstaande woning (minimaal 90 m²) in een weids opgezette omgeving.

"We hebben hier alle ruimte en genieten erg van het vrije uitzicht op de weilanden."



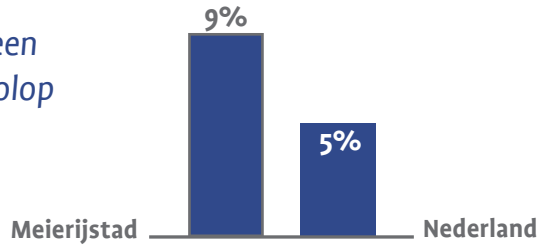


J Gouden Rand

De Gouden Rand is getrouwd en gemiddeld tussen de 45 en 75 jaar oud. Ze hebben één tot drie kinderen, meestal van 6 jaar of ouder. In sommige gevallen wonen de kinderen al op zichzelf. De Gouden Rand bestaat uit hoogopgeleide, vaak universitair geschoolde mensen. Ze werken full-time als leidinggevende of hebben een bedrijf aan huis. Ze hebben meestal twee auto's. De Gouden Rand verdient goed en behoort tot de twee hoogste sociale klassen van Nederland.

De Gouden Rand woont in ruime twee-onder-één-kap- en vrijstaande woningen (minimaal 136 m²), in de duurdere gemeenten van Nederland. De woningen zijn recent gebouwd of juist in de jaren 20 of 30.

"Voor mij heeft het leven een gouden randje, ik geniet volop van alle mogelijkheden die we hebben."



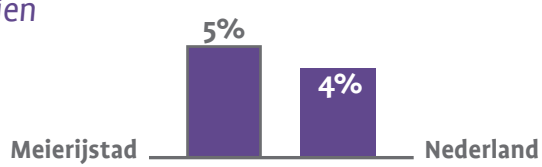


K Elitaire Topklasse

De Elitaire Topklasse bestaat vooral uit getrouwde stellen vanaf 45 jaar, waarvan de kinderen nog thuis wonen of al uit huis zijn. De kinderen die nog thuis wonen, zijn meestal ouder dan 13 jaar. De naam zegt het eigenlijk al: de Elitaire Topklasse behoort tot de hoogste sociale klassen. Ze zijn universitair geschoold en runnen een succesvol bedrijf, zijn leidinggevende of genieten inmiddels van hun pensioen. Ze bezitten vaak twee auto's.

De Elitaire Topklasse is te vinden in de bekende duurdere gemeenten van Nederland. Hier bezitten ze een vrijstaande koopwoning of huren ze een vrijstaande woning via een particulier.

"Ik heb mijn bedrijf verkocht op het hoogtepunt en sindsdien rentenier ik. We genieten er goed van."



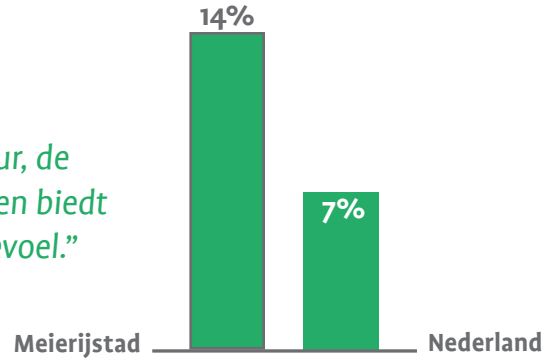


L Landelijk Leven

De mensen van Landelijk Leven zijn getrouwd en 55 jaar of ouder. Meestal hebben ze geen thuiswonende kinderen meer of anders zijn zij 6 jaar of ouder. Soms zijn er al kleinkinderen. Het inkomen van deze groep varieert van modaal tot zeer hoog. De opleiding verschilt ook. Vaak zijn ze agrariër van beroep (geweest); sommigen zijn al met pensioen. Ze behoren vaak tot de hogere sociale klassen in Nederland. Voor de deur staat vaak één auto, soms ook twee.

De mensen van Landelijk Leven hebben vaak schitterend uitzicht op de weilanden vanuit hun vrijstaande woning.

"De rust, de ruimte, de geur, de natuur ... Het landelijk leven biedt voor mij het échte thuisgevoel."



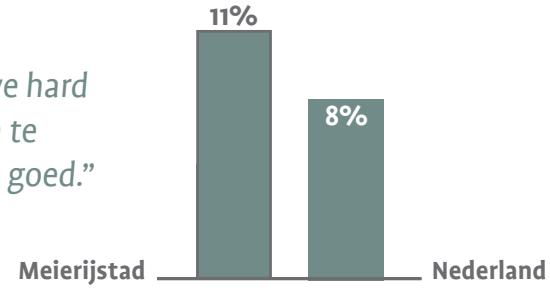


M Welverdiend Genieten

De groep Welverdiend Genieten is 55 jaar of ouder en in de meeste gevallen gepensioneerd. Ze zijn getrouwd en hebben geen kinderen meer thuis, maar genieten wel volop van hun kleinkinderen. Ze hebben vaak een hoge opleiding genoten en waren werkzaam als manager of bijvoorbeeld ingenieur. Inmiddels krijgen ze een prima pensioen, er zit overwaarde op hun huis en ze hebben een of meer auto's voor de deur staan. In sommige gevallen ook een caravan of camper.

Welverdiend Genieten is vooral te vinden in middelgrote gemeenten in een fraaie omgeving. Ze hebben hier een naoorlogse twee-onder-één-kapwoning of een appartement (tussen circa 91 m² en 135 m²).

"Ons hele leven hebben we hard gewerkt. Nu is het tijd om te genieten, dat beseffen we goed."



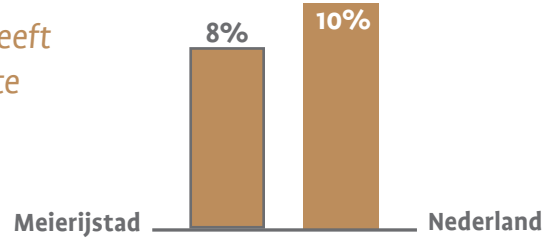


N Vergrijsde Eenvoud

De Vergrijsde Eenvoud is over het algemeen alleenstaand en 65 jaar of ouder, een groot deel zelfs 75-plus. Ze hebben geen kinderen of deze wonen niet meer thuis. Als ze kinderen hebben, zijn er ook vaak klein-kinderen. Het inkomen van de Vergrijsde Eenvoud is beneden modaal. Ze hebben een lage opleiding genoten en laaggeschoolde banen vervuld. Nu zijn ze met pensioen. De Vergrijsde Eenvoud heeft geen of hooguit één auto; af en toe laten ze ook een taxi voor de deur komen.

De Vergrijsde Eenvoud huurt meestal een naoorlogse woning via een organisatie in de goedkopere randgemeenten van grote steden. Vaak zijn dit kleine appartementen, maar soms ook tussen- of hoekwoningen.

"Ik ben maar alleen. Dat geeft niet hoor, ik weet me wel te vermaken."







Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl