

Analyse

Behorende bij:

Retailnota Laarbeek 2022-2032

Inhoudsopgave

1 Inleiding	1
2 Analyse	2
2.1 Winkelaanbod gemeente Laarbeek	4
2.2 Koopstromen	13
2.3 Plannen en Beleid	17
2.4 Trends en ontwikkelingen	25
2.5 Sterkte-zwakteanalyse	30

Bijlage 1 Branchegroepen Locatus

Bijlage 2 Kaartbeelden Afwegings- en transformatiekade

1. Inleiding

In de Retailnota Laarbeek 2022-2032 is het gemeentelijke kaders vastgelegd voor het ruimtelijk-economische retailbeleid voor de periode 2022-2032.

In dit rapport is de analyse weergegeven die als basis dient voor deze kaders.

Allereerst wordt een analyse van retail in de gemeente Laarbeek beschreven. Ook worden plannen, beleid, trends en ontwikkelingen die van invloed zijn de komende jaren beschreven. Dit resulteert in een sterkte-zwakte analyse aan het eind van het rapport.

2. Analyse

Allereerst nemen we de vertreksituatie van de retailstructuur in Laarbeek onder de loep. Na een korte impressie wordt allereerst het winkelaanbod meer uitgebreid bekeken. Hierbij wordt ingezoomd op deelgebieden en kernen. Er wordt apart gekeken naar leegstand (2.1.2), de samenwerking tussen ondernemers (2.1.3) en toerisme, onderwijs, zorg en sport (2.1.4). Ook wordt bekeken welk beleid en plannen, trends en ontwikkelingen de komende jaren van invloed zijn. Deze gehele vertreksituatie wordt vertaald in een SWOT-analyse. Hierin worden de belangrijkste sterktes en zwaktes voor Laarbeek en kansen en bedreigingen worden weergegeven.

Voor de data-analyse is gebruik gemaakt van cijfers van Locatus van mei 2001, het DPO onderzoek van BRO van juni 2021 en een koopstromenonderzoek van de Provincie Noord-Brabant van 2021 (KSO2021).

Locatus is een bedrijf dat informatie verzamelt over winkels, winkelgebieden en passanten. BRO is een advies- en onderzoeksbureau dat zich met name richt op ruimtelijke projecten.

De analysefase is dus in het voorjaar 2021 uitgevoerd en afgerond. Retail staat uiteraard niet stil en er zijn dan ook wat ontwikkelingen sindsdien. De grootste is waarschijnlijk het vertrek van de supermarkt in Mariahout, maar er zijn ongetwijfeld ook andere kleinere wijzigingen. Na de analysefase stond de visievorming in het najaar in de wacht vanwege de ontwikkelingen rondom supermarkten in Lieshout. Begin 2022 is het proces verder opgepakt. Het vertrek van de supermarkt in Mariahout is echter een kleine wijziging, die op de meest relevante momenten in de analyse handmatig aan te passen is. Dit wordt telkens duidelijk aangegeven. Opnieuw cijfers aankopen en analyseren zou capaciteit vergen en de vaart uit het proces halen, zonder dat dit tot grote wijzigingen in de analyse zou leiden.

Korte impressie retail in Laarbeek

Retail is breder dan detailhandel. Formeel is detailhandel de verkoop van fysieke producten. Met name in de kerngebieden is het handig breder te kijken. De centra worden versterkt door de bijvoorbeeld de levering van publiekgerichte diensten en ambachten, welke naast detailhandel ook onder retail vallen. In bredere context is het ook interessant kort het toeristische-, onderwijs-, zorg- en sportveld in kaart te brengen. Daar waar het publieksgerichte voorzieningen zijn komen deze al in beeld in de cijfers. Voor de volledigheid wordt een algemene analyse meegenomen.

Te midden van de grote steden Veghel en Helmond bevindt zich de gemeente Laarbeek, gelegen op de kanalenkruising Wilhelminakanaal en Zuid-Willemsvaart. De belangrijkste verbindingswegen zijn de N279 en de N615. De gemeente Laarbeek bestaat uit een viertal woonkernen met in totaal 22.595 inwoners (bron gemeente Laarbeek, peildatum 1-1-2020). Hiervan wonen er 10.163 in de kern Beek en Donk, 5.619 in Aarle-Rixtel, 4.208 in Lieshout en 1.917 in het dorp Mariahout. Het inwonertal blijft naar verwachting de komende jaren redelijk stabiel. Iedere kern heeft een eigen centrum. Deze centra kunnen beschouwd worden als kleine verzorgende centrumgebieden.

Het aanbod in de kernen is vooral gericht op de dagelijkse verzorging en moet het hebben van supermarkten en individuele trekkers of hun monumentale karakter in algemene zin.

Winkels worden aangevuld met horecazaken en andere publieksgerichte diensten. Het horeca-aanbod is doorgaans kwalitatief goed, maar wel traditioneel van aard. Wel hebben zich de laatste jaren enkele meer vernieuwende formules gevestigd. Retailvastgoed is in versnipperd eigendom, alhoewel er enkele grotere spelers zijn met meerdere panden. Centra worden relatief kort bezocht. 78% van de Laarbeekse consumenten die in Laarbeek dagelijkse aankopen doet verblijft er minder dan 30 minuten, 99% korter dan 1 uur. Gaat het om recreatieve aankopen dan verblijft 10% langer dan een uur, bij doelgerichte is dat 6%. Weegt men de niet-Laarbeekse bezoekers mee dan stijgt de gemiddelde verblijfsduur in de recreatieve en doelgerichte sector naar respectievelijk 10% en 11%.

Beek en Donk heeft het meest uitgebreide aanbod verdeeld over twee niet-samenhangende centra: het Heuvelplein in Beek en het Piet van Thielplein in Donk. De drie supermarkten vervullen een essentiële rol in deze twee centra. Met name bij het Piet van Thielplein wordt het dagelijks aanbod aangevuld met een scala aan detailhandel- en niet-detailhandelszaken. Er zijn een HEMA, diverse kledingwinkels en enkele horecazaken, waaronder bijvoorbeeld een Javaans eetcafé. Sinds 2015 is een aantal grote winkelketens vertrokken, de leegstand wordt met name met horeca ingevuld. Het voormalige postkantoor is ontwikkeld naar een horecazaak en appartementen. Het oude bankgebouw is een bedrijfsverzamelgebouw geworden.

Ook bij het Heuvelplein wordt het dagelijks aanbod aangevuld met bijvoorbeeld sport-, kleding- en horecazaken. Sinds 2015 zijn hier weinig ontwikkelingen. Voor een verplaatsing van Jan Linders is geen geschikte locatie gevonden. Van de gewenste ontwikkeling van het Heuvelplein naar een beleefplein is weinig zichtbaar.

Aarle-Rixtel heeft van oudsher een lintstructuur. De winkelverkooppunten zijn verspreid te vinden aan dit lint en bestaan met name uit dagelijks aanbod waaronder een MCD-supermarkt. Ook zijn hier enkele niet-dagelijkse winkels en niet-detailhandelszaken. Er is geen sprake van een compact centrum. In 2017 werd een discount supermarkt ontwikkeld, op een solitaire locatie aan de kanaaldijk. Omdat deze supermarkt solitair ligt levert het waarschijnlijk weinig versterking op voor het kernwinkelgebied in Aarle-Rixtel. In de voormalige klokkengieterij was enkele jaren een creatieve broedplaats voor bedrijven. Een aantal startups zijn van hieruit doorgegroeid naar winkelpanden in Aarle-Rixtel. Zo is er een koffiezaak, interieurwinkel en brouwerij. Daarnaast zijn nog een paar unieke winkels geopend in Aarle-Rixtel, zoals 'Fairyländ' en 'Snoeperij Jantje'. Het centrum heeft daarmee een positieve ontwikkeling doorgemaakt, wat niet werd voorzien in de retailnota in 2015.

Lieshout heeft ook van oudsher een lintstructuur met verspreide bewinkeling. Ook hier is geen sprake van een compact centrum. De supermarkt (Jumbo) ligt vrij solitair, waardoor het centrum op eigen kracht moet functioneren. Er zijn plannen voor een relocatie (zie plannen en ontwikkelingen 2.3). Behalve een supermarkt zijn er reguliere verszaken (bakker, slager), een drogist, en aanvullende niet-dagelijkse en niet-detailhandelszaken. In tegenstelling tot voorzien in de nota van 2015 is er van versterking van de voorzieningen in deze kern niet of nauwelijks sprake.

In Mariahout bevond zich één kleine supermarkt, welke recent haar deuren heeft gesloten. Er blijkt te weinig draagvlak voor een supermarkt. Ook is er weinig aanvullend aanbod in

Mariahout. Er zijn enkele horecaruimtes, maar daar is de leegstand opgelopen. Bij één horecapand is er op dit moment sprake van een mogelijke doorstart. In het Afwegings- en Transformatiekader (zie 2.4) wordt ingezet op instandhouding van het horecacluster. Het Oranjeplein is recent opnieuw ingericht.

Ook buiten de kernen is veel aanbod te vinden. Grotere winkels zijn tuincentrum de Biezen en tuincentrum d'n Heikant, bouwmarkt Hubo en Tuinmeubelen totaal.

Een echte toeristische trekker ontbreekt ook buiten de kernen. Ten oosten van Aarle-Rixtel wordt natuurgebied 't Gulden Land ontwikkeld. Samen met de gerealiseerde versterking van de passantenhaven in Aarle-Rixtel kan dit de toeristische potentie vergoten. Het aantal (vakantie)overnachtingen blijft echter beperkt in Laarbeek.

De sector zorgt voor ongeveer 660 banen. Indien de werkgelegenheid in de horeca- en cultuursector wordt meegerekend komt het totaal op ruim 1000 banen. In het totaal wordt er ongeveer € 81 miljoen per jaar in de fysieke winkels in Laarbeek besteed.

2.1 Winkelaanbod gemeente Laarbeek

Om een goede visie te geven op de Laarbeekse detailhandelsstructuur, is het van belang de huidige Laarbeekse situatie goed in beeld te hebben.

In de analyse wordt een onderscheid gemaakt tussen detailhandel en niet-detailhandel:

1. Tot detailhandel worden de branches gerekend die vallen binnen de branchegroepen: 'Dagelijks' en 'Niet-dagelijks'. Dagelijkse winkels zijn supermarkten, verszaken en drogisterijen/apotheken. 'Niet-dagelijkse' branchegroepen zijn: 'Mode & Luxe', 'Vrije Tijd', 'In/om huis', en 'Detailhandel Overig'.
2. Tot 'niet-detailhandel' behoren de branche-groepen: 'Transport en brandstof', 'Leisure' en 'Diensten'.

In bijlage 1 staat beschreven welke branchegroepen, hoofdbranches en branches 'Locatus' hanteert. Hiermee komen dus ook de overige publiekgerichte voorzieningen in beeld. Vooral in centrumgebieden kunnen deze voorzieningen voor detailhandel een belangrijke ondersteunende rol vervullen.

In dit rapport wordt de term winkelverkooppunten (WVP) gebruikt. Dit zijn verkooppunten die volgens Locatus worden gerekend tot de detailhandel én de 'niet-detailhandel'.

Waar mogelijk worden cijfers vergeleken met het rapport uit 2015. Op dat moment had de gemeente Laarbeek 21.803 inwoners.

Toelichting referentiecijfers

Er is voor gekozen de gemeente Laarbeek niet zoals gebruikelijk te vergelijken met uitkomsten die het gemiddelde zijn voor gemeentes tussen de 20.000 en 30.000 inwoners. Aangezien Laarbeek bestaat uit 4 dorpen met 5 centra voegt het weinig toe te vergelijken met gemeenten van 20.000-30.000 inwoners. Deze bestaan vaak uit 1 of 2 kernen en centra. Ook is de afstand van de meest nabijgelegen stad erg bepalend, hetgeen niet zichtbaar wordt in referentiecijfers. Logischer is het te vergelijken met soortgelijke kernen. Daarvoor zouden echter 3 referentie categorieën in beeld moeten worden gebracht. Beek en Donk is vergelijkbaar met kernen van 10.000-20.000 inwoners. Aarle-Rixtel is vergelijkbaar met

kernen van 5.000-10.000 inwoners. Lieshout en Mariahout zijn vergelijkbaar met kernen tussen 3.500- 5.000 inwoners. Vanwege het beknopte proces is ervoor gekozen dit niet te doen.

Voor de centrumplanontwikkeling in Lieshout (zie 2.3) is recentelijk een distributieplanologisch onderzoek uitgevoerd (Actualisatie DPO en beoordeling centrumpannen, juni 2021). Dit rapport is dus ook uitgebracht op het moment dat er nog een supermarkt was in Mariahout. Uit dit rapport zijn de referentiecijfers voor dagelijkse boodschappen in kleine kernverzorgende centra met een inwonertal tussen 3.500 en 5.000 bekend. Deze worden in paragraaf 2.1.1 meegenomen en nader toegelicht. Voor Lieshout is dit exact het juiste referentiekader.

2.1.1. Omvang winkelaanbod gemeente Laarbeek

Hieronder volgt een overzicht van het huidige detailhandelsaanbod en aanbod aan winkelverkooppunten in de gemeente Laarbeek.

Detailhandel

Tabel 1: Kengetallen detailhandel gemeente Laarbeek

Aantal	Gemeente Laarbeek	Per 1.000 inwoners
Detailhandelswinkels	114*	5,05
• waarvan dagelijks	27	1,19
• waarvan niet-dagelijks	66	2,92
• waarvan leegstaand	21	0,93
m² wvo detailhandel	36.184	1.601
• waarvan dagelijks	8.202	363
• waarvan niet dagelijks	24.706	1.093
• waarvan leegstaand	3.276	145

*(93 excl. leegstand)

In totaal omvat het winkelaanbod in detailhandel in Laarbeek in 2021 ruim 33.000 m² winkelverkoopvloeroppervlak (wvo¹). Dit zijn de in gebruik zijnde winkels, exclusief 'niet-detailhandel' en exclusief leegstand. Daarnaast staat er nog 3276 m² leeg. Dat is ongeveer 9% van de totale winkelvloeroppervlakte detailhandel. Deze lege ruimte kan uiteindelijk door zowel de 'detailhandel' als 'niet-detailhandel' in gebruik worden genomen binnen de mogelijkheden die het betreffende bestemmingsplan biedt. Nemen we daarbij de leegstaande supermarkt in Mariahout handmatig mee, dan loopt de leegstand waarschijnlijk op tot een kleine 10%.

¹¹ Wvo is winkelvloeroppervlak. Dat is het oppervlak van een (winkel)unit dat voor het publiek vrij toegankelijk dan wel zichtbaar is inclusief de ruimten die direct met de verkoop samenhangen, conform definities van dataleverancier Locatus.

Vergelijking 2015

In 2015 waren er 123 (waarvan 36 dagelijks en 87 niet-dagelijks) detailhandelswinkels. De totale oppervlakte hiervan was ongeveer 27.000m². Dat kwam neer op 5,64 winkels en 1.247m² per 1000 inwoners.

Het aantal dagelijkse winkels is afgenomen van 36 naar 27. De oppervlakte is licht gestegen van 7.531 naar 8.202 m² wvo. In de niet-dagelijkse winkels zien we een forse afname van het aantal winkels van 87 naar 66, maar een forse toename van 19.675 naar 24.706 m² wvo. De leegstand was in 2015 9,3% en is dus iets afgenomen. Deze daling is deels omdat het besef is gekomen dat functieverandering van panden in de retail nodig is om leegstand terug te dringen. Dit bevordert transformatie van leegstaande winkelpanden naar bijvoorbeeld woningen.

Winkelverkooppunten (WVP)

Tabel 2: Kengetallen WVP gemeente Laarbeek

	Aantal	M ² WVO	M ² wvo per 1000 inwoners
Winkelverkooppunten	224	44.215	1956,8
<i>Detailhandel</i>	93	32.908	1456,4
<i>Leisure (niet-detailh.)</i>	57	6.971	308,5
<i>Diensten (niet-detailh.)</i>	33	1.375	60,9
<i>Transport (niet-detailh.)</i>	41	2.961	131,0
<i>Leegstaand</i>	21	3.276	144,9

In het totaal zijn er 224 winkelverkooppunten met een totale oppervlakte van ongeveer 41.000 m² wvo. Dit zijn de in gebruik zijnde winkelverkooppunten (detailhandel en 'niet-detailhandel'), exclusief leegstand. In vergelijking met het totale m² wvo winkelverkooppunten is de leegstand 7,4%. Nemen we hier de leegstaande supermarkt in Mariahout in mee komen we op circa 8,3%. Een gezonde frictieleegstand bedraagt circa 5%.

Tot de categorie leisure behoren o.a. horecazaken, musea, culturele instellingen en sportaccommodaties. Tot de categorie diensten behoort o.a. ambachten, financiële instellingen en dienstverlening. Tot de categorie transport behoort o.a. garagebedrijven en brandstofpunten.

Concentratie versus verspreide bewinkeling

Tabel 3: Ligging winkelverkooppunten (WVP) en detailhandelszaken (DH)

	Aantal WVP	Aantal m ² wvo WVP	Aantal DH	Aantal m ² wvo DH	Leegstand	Aantal m ² wvo leegstand
Totaal	224	44.215	93	32.908	21	3276
<i>Waarvan op bedrijfsterrein</i>	51	10.156	17	7.014	2	423
<i>Waarvan buiten bebouwde kom</i>	11	11.087	4	10.435	0	0
<i>In centrumgebied</i>	113	16.501	55	12.922	16	1.701
<i>In bebouwde kom</i>	49	6.471	17	2.537	3	1.152

Ongeveer 50% van de winkelverkooppunten zijn te vinden in centrumgebieden, 113 van de 224 punten. Als er ingezoomd wordt op detailhandel is dat ongeveer 60%, 55 van de 93 detailhandelszaken. Een fors deel ligt dus verspreid buiten de centra op bedrijventerreinen, of op andere locaties binnen en buiten de bebouwde kom.

Ruwweg is ook de helft van het wvo dat leegstaat beschikbaar in de centrumgebieden. De andere helft is hierbuiten te vinden, maar betreft enkele grote panden.

Van de 113 winkelverkooppunten in de centra zijn er 55 gevuld met detailhandel en 58 met 'niet- detailhandel'. Dit zijn op één museum en één tankstation na allemaal bedrijven in de branche horeca en dienstverlening.

Leisure en dienstverlening kunnen een centrum aanzienlijk versterken onder andere door combinatiebezoeken. Verspreid liggende vrijetijdsvoorzieningen leveren nauwelijks interactie op met detailhandel in de centra.

Vergelijking 2015

In het rapport van 2015 is het vestigingenregister van 2013 gebruikt om de winkelverkooppunten in beeld te brengen. Door een andere definiëring van verkooppunten dan Locatus hanteert zijn deze cijfers niet vergelijkbaar. Wel geeft het KSO2021, dat ook het aantal verkooppunten vermeldt, een overzicht van de ontwikkeling tussen 2016 en 2021. Dit onderzoek hanteert een iets andere definitie en komt daarom op een ander totaalcijfer in 2021 dan Locatus. Tussen 2016 en 2021 daalde het aantal verkooppunten in de gemeente Laarbeek licht van 249 naar 245. Het aantal meter is in dit onderzoek vrijwel gelijk gebleven.

Omvang winkelaanbod per kern

Tabel 4: dagelijks aanbod detailhandel (DH) per kern.

	Totaal DH	M ² wvo totaal	M ² wvo Beek	M ² wvo Donk	M ² wvo Aarle-Rixtel	M ² wvo Lieshout	M ² wvo Mariahout	Gem. per kern	Referentie 3.500-5.000
Levensmiddelen	22	7.185	2.104	1.283	2.476	922	400	1.437	1.506
waarvan supermarkt	7	6.335	1.960	989	2.138	848	400		1.346
Persoonlijke verzorging	5	1.017	0	310	487	230	0	203	179
Totaal dagelijks aanbod	27	8.202	2.104	1.593	2.963	1.152	400	1.640	1.685

Tabel 5: dagelijks aanbod in m² per 1.000 inwoners

	Laarbeek	Noord-Brabant	Nederland
Levensmiddelen	319	326	327
Waarvan supermarkten	281	276	270
Persoonlijke verzorging	41	39	41
Totaal dagelijks aanbod	360	365	368

De referentiecijfers zijn overgenomen uit het distributieplanologische onderzoek ten behoeve van de centrumplanontwikkeling in Lieshout. Het berekenen van een gemiddelde oppervlakte per kern is geen gebruikelijke en gestaafe methode. Dit geeft slecht een indicatie van de omvang in vergelijking met andere kleine kernverzorgende centra met een inwonertal tussen 3.500 en 5.000. Het gemiddelde aantal inwoners per centrum in Laarbeek is 4.519 en valt dus binnen deze marge.

Het totale aanbod in Laarbeek ligt in beperkte mate iets beneden het provinciale en landelijke gemiddelde. Het levensmiddelen aanbod ligt eveneens iets beneden het provinciale en landelijke gemiddelde, maar het supermarktaanbod iets erboven. Dat het gemiddelde onder het landelijke gemiddelde is, ligt dus met name aan een beperkt (vers)speciaal aanbod. Voor een gemeenten met kleinere overwegend lokaal verzorgende kernen is een steviger supermarktaanbod echter cruciaal. Dergelijke kernen hebben primair een functie voor dagelijkse aankopen, waardoor een stevige boodschappenbasis meer relevant is. Niet alleen voor de consumentenverzorging, maar ook voor de vitaliteit van centrumgebieden.

Tabel 6: Winkelverkooppunten per kern

	Totaal WVP	M ² wvo	Beek en Donk	Aarle-Rixtel	Lieshout	Mariahout
Dagelijks aanbod	27	8.202	3.697	2.963	1.142	400
Niet dagelijks-aanbod	66	24.706	16.499	4.937	2.790	480
Niet DH	131	11.307	5.180	4.009	1.671	477
Totaal WVP	224	44.215	25.376	11.909	5.603	1.327

Het meeste aanbod is gevestigd in Beek en Donk, gevolgd door Aarle-Rixtel en Lieshout. Deze verdeling correspondeert grotendeels met het inwoneraantal per kern. De winkels in Aarle-Rixtel en Lieshout functioneren sterk op eigen kracht, omdat van een compact centrum geen sprake is.

Supermarkten

Inwoners van de gemeente Laarbeek beschikken over 27 dagelijkse winkels met een totale omvang van ruim 8.000 m² wvo. De supermarkten in de gemeente Laarbeek staan weergegeven in tabel 7. De supermarkt in Mariahout is vanwege leegstand handmatig verwijderd uit de cijfers van 2021.

Tabel 7: Supermarkten gemeente Laarbeek

	Kern	Omvang in m ² wvo
Jan Linders	Beek en Donk	955
Jumbo	Beek en Donk	1.055
Plus	Beek en Donk	989
MCD	Aarle-Rixtel	1.190
Aldi	Aarle-Rixtel	948
Jumbo	Lieshout	922

Bekeken naar aantal vierkante meter supermarkt per 1000 inwoners voer Aarle-Rixtel de boventoon (bijna 400 m² per 1000 inwoners). Lieshout moet het met iets meer dan de helft doen en Beek en Donk zit met ongeveer 300m² per 1000 inwoners er tussenin.

De supermarkten in Laarbeek zijn relatief krap behuist. 5 van de 7 supermarkten zijn kleiner dan 1000m² wvo. Een winkelvloeroppervlak van 1.000 tot 1.500 m² wvo wordt door de supermarktketens tegenwoordig als maatvoering voor een volwaardige full-service supermarkt aangemerkt in kleinere dorpen (zie ook 2.4 trends en ontwikkelingen). Zelfs vanuit het discountsegment komt toenemend de vraag naar locaties met een omvang van 1.000 m²-1500m² wvo.

Slechts twee supermarkten in Laarbeek hebben een moderne omvang. Er is echter geen distributieve ruimte om alle zeven supermarkten in schaal te vergroten. Het vergroten of

toevoegen van een moderne supermarkt in de ene kern heeft ongetwijfeld ruimtelijke gevolgen voor de andere kernen.

Ambulante handel

In Beek en Donk (Piet van Thielplein), Aarle-Rixtel en Lieshout is wekelijks een markt met respectievelijk 11, 2 en 5 kramen. Met uitzondering van 4 kramen in Beek en Donk zijn het allemaal 'foodkramen'. De marktkramen functioneren naar inschatting van de marktmeester goed. Ze vormen een aanvulling op het aanbod voor inwoners van Laarbeek. De kleinere markten zijn de laatste jaren lastiger in te vullen. De markt op het Piet van Thielplein heeft de grootste wisselwerking met regulier aanbod aan het plein, omdat de kramen op het plein zelf geplaatst zijn.

Daarnaast zijn er nog twee standplaatsmogelijkheden in Lieshout, waarvan 1 met een beperking van het aantal dagen per week. Ook in Aarle-Rixtel en Beek en Donk kunnen twee standplaatsen worden vergund en één in Mariahout. Er is geen sprake van een brancheringsbeperking. Tenzij er vanwege seizoen producten van de vergunningsperiode van één jaar wordt afgeweken (oliebollen en kerstbomen).

2.1.2 Leegstand

Zoals voorgaand aangegeven zijn er 21 verkooppunten leegstaand met een totale oppervlakte van 3276 m² wvo. Dat is 9% van de totale oppervlakte detailhandel of 7,4% van de totale oppervlakte winkelverkooppunten. Als we handmatig de leegstaande supermarkt in Mariahout meenemen dan stijgt dit cijfer met circa 1%. Deze leegstaande panden kunnen afhankelijk van de bestemming met zowel detailhandel als 'niet-detailhandel' worden ingevuld. Een gezonde frictieleegstand is ongeveer 5%.

De leegstand is sinds 2019 per saldo met 5 panden toegenomen, maar in omvang met ruim 800m² wvo afgenomen. De afname is ook te verklaren door de eerder beschreven transformatie van (leegstaande) winkelruimte naar bijvoorbeeld woonruimte en als gevolg van corona meer lokaal koopgerichte bezoeker. Als we dit handmatig met de vertrokken supermarkt in Mariahout aanpassen komen we op een toename van 6 en een afname van circa 500m² wvo.

Het is ook belangrijk te kijken naar hoe lang panden leegstaan. Bij 14 panden is sprake van aanvang/frictieleegstand (15 indien met de leegstaande supermarkt in Mariahout meeneemt). Het betreft hier 1485m² verspreide bewinkeling en 1237m² in centra (1637 m² inclusief de leegstaande supermarkt in Mariahout). 80% van de leegstandsomvang is dus aanvang/frictie leegstand. 20% betreft langdurige of structurele leegstand. 6 panden, met een totale omvang van 554m².

Omdat de winkels in Aarle-Rixtel en Lieshout sterk op eigen kracht functioneren is het voortbestaan onzeker. Ook door de grote druk op de fysieke winkelmarkt en horeca-ontwikkelingen als gevolg van corona kan er leegstand ontstaan bij overige verkooppunten. Naar verwachting zal de leegstand toenemen.

Ook bij verspreide bewinkeling gaan naar verwachting enkele winkels verdwijnen.

Op de lange termijn is de verwachting dat de winkelvoorraad verder af zal nemen, omdat consumenten meer online kopen. Naar schatting (Retailagenda 2021) zullen 10 tot 40% van de winkels sluiten. De landelijke verwachting is dat de leegstand in retail toeneemt van 7,5% naar 9,9%. Dit zal zich ondanks de toegenomen lokale oriëntatie ook in kleinere centra aftekenen, maar de grootste daling zal te zien zijn in de grote koopcentra.

De nieuwe monitor Brabantse retail 2021 laat zien dat in deze provincie de leegstand gemiddeld 8,7% bedraagt, het hoogste peil sinds 2004. Uit dit onderzoek blijkt dat vooral de middelgrote steden en dorps- en stadscentra met toename van leegstand te maken hebben.

2.1.3 Samenwerking ondernemers

De samenwerking tussen ondernemers en tussen ondernemers en overheid is sinds 2015 behoorlijk versterkt. Het Ondernemersfonds Laarbeek (OFL) is opgericht in 2016. Het fonds maakt collectieve investeringen voor ondernemersactiviteiten en projecten mogelijk. Het wordt gevormd door een opslag op het OZB-tarief voor niet-woningen. Jaarlijks is hierdoor een bedrag van ongeveer € 150.000 beschikbaar voor gezamenlijke projecten.

Centramanagement Laarbeek (CML) is opgericht in 2010. CML is een van de organisaties binnen het OFL. De andere onderdelen zijn de Stichting Parkmanagement Laarbeek (SPL) en de Stichting Buitengebied Laarbeek (SBL).

CML richt zich op het versterken van de economische positie van de centra van de woonkernen in Laarbeek op het gebied van (detail)handel, horeca, toerisme en andere publieksgerichte voorzieningen door kwaliteitsverbetering en duurzaam beheer. Deze doelstelling is onlosmakelijk verbonden aan het optimaliseren van de leefbaarheid in de centra voor de bewoners van de Laarbeekse kernen. CML krijgt een deel van de OFL-middelen ter beschikking (€ 39.000,-). Takenpakket beperkt zich op dit moment tot het organiseren van kerstverlichting, bloembakken en subsidieverlening aan initiatiefnemers met initiatieven die aansluiten bij de doelstelling van CML. CML wil op dit moment geen centraal aanspreekpunt zijn voor de uitvoering van de retailnota en geen vertegenwoordiging zijn van de winkelgebieden in Laarbeek. Met een enquête gaan ze later in 2022 polsen of ondernemers ze dit mandaat willen geven.

Voor de vijf winkelkernen zijn aparte structuren. 'Aarleonderneemt' is de ondernemersvereniging van Aarle-Rixtel. Het winkelcentrum Piet van Thielplein is verenigd. Beek en Donk kent verder de ondernemersvereniging 'Heuvelplein'. 'LIMO' verenigt ondernemers in Lieshout en Mariahout en AarleOnderneemt de ondernemers in Aarle-Rixtel.

Voor het Piet van Thielplein wordt sinds 2015 reclamebelasting geïnd. Dit geld, gaat via CML naar de ondernemersvereniging Piet van Thielplein. Sinds 2020 geldt dat ook voor Heuvelplein Beek en Donk.

Op zich heeft de verbeterde organisatiestructuur gezorgd voor een proactieve aanpak van problemen en is de profilering versterkt. Naast de gerealiseerde bloembakken en kerstverlichting is het rapport Kommekeer (Mariahout, maart 2021) ook een goed voorbeeld van de betrokkenheid van ondernemers bij de leegstands aanpak in Laarbeek.

Ondanks de versterkte structuur is niet elke ondernemersvereniging even actief en is het in sommige kernen lastig 'handjes' voor uitvoering van activiteiten te vinden. Sommige kernen

lijken te draaien op enkele actievelingen. De totstandkoming van een concreet actieplan is mede daarom losgekoppeld van deze nota.

2.1.4 Toerisme, onderwijs, zorg, sport

Zoals in het begin van deze analyse aangegeven ontbreekt een sterke toeristische trekker in Laarbeek. Laarbeek is een landelijke gemeente die inzet op extensieve en laagdrempelige recreatie. Een uitgebreid routenetwerk voor wandelen en fietsen is hier belangrijk bij. Toeristen en recreanten waarderen de ruimte, rust, groen en cultuurhistorie. Een aantal van de pareltjes zijn landgoed Croy en kasteel Eyckenlust. Ook Natuurcamping de Biezen, Herberg de Brabantse Kluis, het recreatieve kenniscentrum Porcampus en Camping Aldorum kunnen hier genoemd worden. 't Gulden Land en de Blauwe Poort zijn recreatieve gebieden in ontwikkeling. De ontwikkelde passantenhaven biedt kansen voor toerisme in Laarbeek.

Laarbeek heeft enkele sterke evenementen en attracties met een bovenlokale aantrekkingskracht: het festival Wish outdoor, het openluchttheater in Mariahout en de Bavaria biertour.

In zowel Beek en Donk, Lieshout, Aarle-Rixtel als Mariahout is jaarlijks een kermis. De kermissen worden verspreid over de periode juni-september georganiseerd door de gemeente. Tot voor kort werd de kermis in Aarle-Rixtel door een werkgroep georganiseerd. Omdat het steeds moeilijker is kleine dorpskermissen te vullen neemt de gemeente sinds 2021 ook de regie in Aarle-Rixtel in handen. Wel organiseert de werkgroep activiteiten eromheen.

Laarbeek heeft een gevarieerd netwerk van sport- en beweegaanbieders, verdeeld over de kernen. De sporters hebben de beschikking over 4 gymzalen, 3 sporthallen, 4 sportparken, een zwembad, trimbanen en beweegtuinen. Onder de paraplu van het Lokaal Sportakkoord Laarbeek werken partners uit de sport, zorg, welzijn, onderwijs, kinderopvang, overig maatschappelijk middenveld en gemeente samen op sportthema's en zijn ook voorzieningen in de kernen zoals een pumptrack gerealiseerd.

Het primair onderwijs in Laarbeek wordt verzorgd door twee stichtingen. De Eenbes heeft zijn scholen in alle Kernen van Laarbeek. Muldershof (Brainportschool) in Beek, Otterke en Raagten in Donk, Bernadette in Mariahout, De Sprankel in Lietshout en Breinplein (Brainportschool) in Aarle Rixtel. De stichting Platoo heeft twee scholen in de gemeente: Klokhuis in Beek en Donk en Driehoek in Aarle Rixtel. Het Commanderij College heeft een locatie voor voortgezet onderwijs in Beek en Donk. Scholen zijn actief met de lokale ondernemers, vertegenwoordigd in de Dutch Technology Week, en in de stuurgroep Arbeid en Onderwijs in Laarbeek.

2.2 Koopstromen

In 2021 hebben de provincies Noord-Brabant, Noord-Holland, Utrecht en Zuid-Holland een koopstromenonderzoek uitgevoerd (KSO2021). Het onderzoek schept een beeld van de koopkrachtbinding en koopkracht toevloeiing van Laarbeek. Koopkrachtbinding geeft aan welk deel van de bestedingen consumenten in de gemeente besteden binnen de gemeentegrenzen. De rest vloeit af naar andere gemeenten. Koopkracht toevloeiing geeft aan welk deel van de totale omzet in detailhandel afkomstig is van consumenten buiten de gemeentegrenzen.

Het onderzoek wordt uitgevoerd door I&O Research, Bureau Stedelijke Planning en BRO. Per winkelgebied zijn minimaal 210 enquêtes (688 in Laarbeek) afgenomen en er is veldwerk uitgevoerd in een ring van randgemeenten rondom het onderzoeksgebied in zowel Nederland als België. In Laarbeek zijn 688 enquêtes afgenomen. Noord-Brabant sloot voor de eerste keer aan bij dit onderzoek dat is opgezet volgens landelijke richtlijnen. Eerder werd in 2009 een onderzoek volgens een iets andere opzet uitgevoerd in Noord-Brabant. In 2017 voerde de Provincie Noord-Brabant, de Rabopoen De Nieuwe Winkelstraat in de Metropool Regio een koopstromenonderzoek uit op basis van pintransacties. De cijfers van KSO2021 zijn het in Laarbeek beste te vergelijken met het onderzoek uit 2009. Helaas biedt dit niet op alle onderdelen een trendinzicht vanwege verschillen in de opzet.

Het onderzoek is uitgevoerd in een periode dat detailhandel (gedeeltelijk) gesloten was of te maken had met beperkingen. Duidelijk is geworden dat dit de reeds zichtbare trend van een groei in online bestedingen en minder recreatief, maar meer doelgericht winkelen heeft versterkt. Ook is landelijk de ontwikkeling zichtbaar dat winkels in winkelgebieden ingeruild worden voor horeca, dienstverlening, wonen etc.

Koopkrachtbinding en koopkrachtafvloeiing

In Laarbeek is sprake van een stijging van de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van 77% in 2009 naar 80% in 2021. Dat wil zeggen dat 80% van de dagelijkse bestedingen van bewoners van Laarbeek in Laarbeek wordt gedaan. De stijging van de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector kan mede veroorzaakt zijn door de komst van de Aldi in Aarle-Rixtel.

Twintig procent vloeit er dus af: 17% van de bestedingen wordt gedaan bij fysieke winkels buiten Laarbeek, 3% gebeurt online. Vergelijkbare gemeenten hebben een koopkrachtbinding van 82%, een fysieke afvloeiing van 14% en een online afvloeiing van 4% in de dagelijkse sector. Het KSO2021 kan wat betreft de ontwikkeling in tijd alleen een vergelijking maken voor de randstad. In de randstad is een daling van de koopkrachtbinding in de dagelijkse sector zichtbaar van 88% in 2016 naar 84% in 2021. Het onderzoek uit 2017 op basis van pintransacties liet overigens een koopkrachtbinding zien van 81% voor de dagelijkse sector.

Onderstaand een overzicht van de afvloeiing in de dagelijkse sector. 17% van de consumentenbestedingen van inwoners van Laarbeek aan dagelijkse artikelen gaan naar:

- Gemert-Bakel (4%)
- Helmond (4%)
- Nuenen (3%)
- Son en Breugel (2%)
- Buitenland (1%)
- Overig (4%)
- Internet (3%)

De koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector is 17% in de recreatieve sector² (benchmarkgemeenten 25%) en 27% in de doelgerichte sector³ 27% (34% benchmarkgemeenten). In het onderzoek in 2009 werd een andere indeling gemaakt in de niet-dagelijkse sector, maar was het gemiddelde 27%. Dus gemiddeld genomen is er sprake van een daling van de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector t.o.v. 2009, die waarschijnlijk het grootste is in de recreatieve sector. Het KSO2021 laat voor de randstad ook een daling zien in de niet-dagelijkse sector: recreatief van 46% naar 39%, doelgericht van 52% naar 49% in de periode 2016-2021.

Van de afvloeiing gaat in het recreatieve segment 47% naar fysieke winkels buiten de gemeente Laarbeek (benchmark 38%). Dat zijn met name Helmond 17%, Eindhoven 10% en Gemert-Bakel 4%. 36% gaat naar online aanbieders (benchmark 38%).

In de doelgerichte sector is dat fysiek 53% (met name Son en Breugel 5%, Gemert-Bakel 4%, Nuenen 5% en Meijerijstad 3%) en online 20%. In vergelijkbare gemeentes is dat 43% fysieke afvloeiing buiten de gemeente en 23% online.

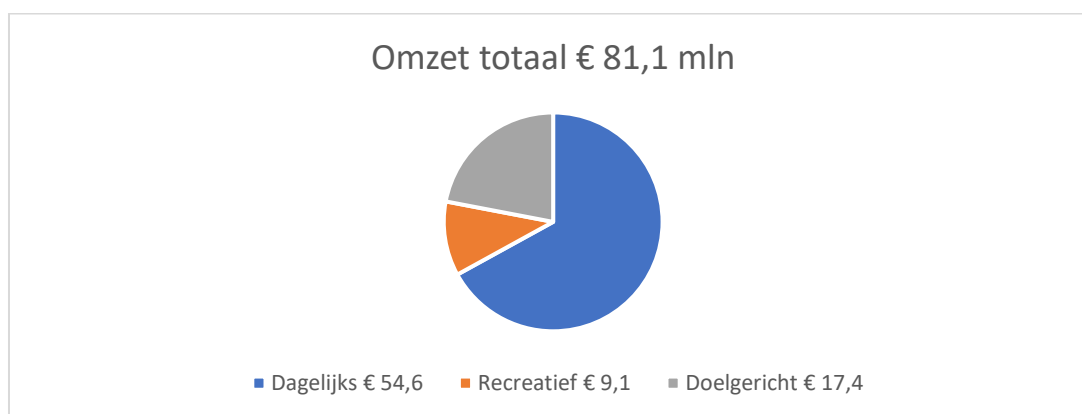
Bestedingen

Dat de koopkrachtbinding in de recreatieve en doelgerichte sector daalt, wil niet zeggen dat de absolute bestedingen dalen. De omzet in detailhandel in Laarbeek is in 2021 als volgt:

² Mode, huishoudelijk, sport- en spel en media en hobby

³ Elektronica, doe-het-zelf, woninginrichting, tuinartikelen en planten

Figuur 1:



De benchmark laat zien dat de gemiddelde totale omzet in detailhandel € 168 mln. is in vergelijkbare niet-stedelijke gemeenten. Dit is te verklaren door een fors hogere binding in de niet-dagelijkse sector ten opzichte van Laarbeek.

In procentuele zin namen de bestedingen in de dagelijkse sector en doelgerichte sector in de Randstad in de periode 2016-2021 af, maar in absolute zin namen ze toe. Alleen in de recreatieve sector daalde ook de absolute bestedingen. Het is niet bekend of er in Laarbeek sprake is van een stijging of daling. Van de stijging in de dagelijkse sector profiteerden in de Randstad vooral de ondersteunende winkelgebieden van 10.000-20.000m². Laarbeek heeft circa 8.000m² dagelijkse winkelruimte. Van de daling in de recreatieve bestedingen hadden vrijwel alle centra kleiner dan 60.000m² last. Met andere woorden, grote centra hadden meer trekkracht. Ook bij doelgerichte bestedingen geldt dat kleinere gebieden doorgaans meer marktaandeel inleverden.

In Laarbeek is 93% van de omzet afkomstig uit inwoners uit de eigen gemeente.

Toevloeiing

Uit het koopstromenonderzoek van 2021, dat het beste te vergelijken is met de cijfers van 2009, blijkt een toevloeiing van 7% in de dagelijkse sector en de recreatieve en doelgerichte sector respectievelijk 32% en 39%. Dit betekent een afname ten opzichte van 2009. In 2009 was de koopkrachttoevloeiing voor de dagelijkse sector 15% en de niet-dagelijkse sector 50%. Het onderzoek van de Rabobank uit 2017 liet een toevloeiing in de dagelijkse sector van 19% zien en in de niet dagelijkse sector ongeveer 40%.

De toevloeiing is ook laag in verhouding tot vergelijkbare gemeenten. De benchmarkcijfers zijn als volgt:

- Dagelijks 13%
- Niet-dagelijks recreatief 37%
- Niet dagelijks doelgericht 47%

Wel is de daling een landelijk beeld. KSO2021 maakt het mogelijk cijfers te vergelijken met 2016. Het onderzoek laat een forse daling van bestedingen in het dagelijks segment (-44%),

het recreatieve segment (-69%) en het doelgerichte segment (-25%) zien, mede te verklaren doordat mensen er door corona minder op uit gingen.

Het onderzoek maakt ook duidelijk waar de toevloeiing vandaan komt. Het onderzoek presenteert alleen gemeenten waaruit meer dan 1% toevloeiing is.

Tabel 8: Koopkrachttoevloeiing gemeente Laarbeek

Koopkrachttoevloeiing	Dagelijkse sector	Recreatieve sector	Doelgerichte sector
Gemert Bakel		4%	10%
Meerijstad	4%	3%	5%
Boekel			2%
Helmond		6%	
Toerisme	1%	3%	3%
België		3%	2%
Amsterdam			5%
Rotterdam			5%
Overig	2%		17%
Totaal	7%	32%	49%

Een belangrijke kanttekening bij de toevloeiing uit bijvoorbeeld Amsterdam en Rotterdam is dat het hier om zes aankopen afkomstig uit dat gebied gaat. Ze vertegenwoordigen een koopstroom van 5% omdat ze uit postcodegebieden komen waar veel mensen wonen en waarnemingen dan meer gewicht krijgen. De betrouwbaarheid is daarmee veel minder groot dan bij veel waarnemingen in een relatief kleiner gebied. Deze cijfers moeten dat wetende, beschouwd worden als een toevalligheid.

Horeca

Het KSO2021 toont ook aan welk deel van de horecabestedingen in de eigen gemeente blijft en welk deel afvloeit naar andere gemeenten. De horecabinding in Laarbeek is 64%. In benchmarkgemeenten is dat iets hoger, te weten 67%. Dat wil zeggen dat 64% van de horecabestedingen van inwoners van Laarbeek bij horeca in de gemeente Laarbeek wordt gedaan.

Winkelgebied Heuvelplein en Piet van Thielplein

Het onderzoek biedt ook specifieke cijfers voor de winkelgebieden Heuvelgebied en Piet van Thielplein.

De koopkrachtbinding van het Heuvelplein is 26% in de dagelijkse sector, 4% in de recreatieve sector en 2% in de doelgerichte sector. Dit laat het percentage zien van de bestedingen van consumenten in Laarbeek dat in dit winkelgebied terecht komt. Bij het Piet van Thielplein is dat respectievelijk 14%, 9% en 1%.

De totale omzet bedraagt € 19,7 miljoen op het Heuvelplein, 85% hiervan is in dagelijkse sector, een kleine 10% recreatief en circa 5% doelgericht. 98% van deze omzet aan dagelijkse artikelen in dit gebied komt volgens het onderzoek van consumenten uit Laarbeek, 2% uit Meijerijstad. Van de recreatieve bestedingen komt 72% uit Laarbeek. De belangrijkste overige herkomstgebieden zijn Helmond en Gemert-Bakel. Van de doelgerichte bestedingen komt 94% uit Laarbeek en 6% uit Gemert-Bakel.

Op het Piet van Thielplein wordt € 15 miljoen omgezet, waarvan 70% dagelijks, 27% recreatief en 3% doelgericht. 86% van deze omzet aan dagelijkse artikelen in dit gebied komt volgens het onderzoek van consumenten uit Laarbeek, 14% uit Meijerijstad. Van de recreatieve bestedingen komt 85% uit Laarbeek. De belangrijkste overige herkomstgebieden zijn Helmond 5% uit Gemert-Bakel 4% en Meijerijstad 3%. Van de doelgerichte bestedingen komt 94% uit Laarbeek en 6% uit Gemert-Bakel. De omzet in de doelgerichte sector is te klein om weer te geven.

Functioneren

In de 'Actualisatie DPO en beoordeling centrumplannen' van BRO worden uitspraken gedaan over het functioneren van het dagelijkse aanbod in Laarbeek. Deze worden onderstaand opgesomd.

- Het dagelijks aanbod functioneert iets beneden het landelijk gemiddelde, maar dergelijk aanbod is in kleine landelijke kernen in staat om stabiel beneden het landelijk gemiddelde te functioneren. De situatie dient als evenwichtig en aanvaardbaar beschouwd te worden.
- Het inkomensniveau van de gemeente Laarbeek wijkt nauwelijks af van het landelijke gemiddelde, en ligt ongeveer 3% onder het landelijke gemiddelde. In Lieshout ligt het inkomensniveau ongeveer 5% boven het landelijke gemiddelde.

De provincie Noord-Brabant voorspelt een lichte groei in inwoneraantal tot 2025 tot 22.605 inwoners. Daarna wordt een lichte daling voorspeld tot 21.735 in 2040. Dat is een daling van 3,8% tussen 2025 en 2040.

2.3 Plannen en beleid

2.3.1. Beleid

Bij het bepalen van de kaders en voorwaarden voor de detailhandelsstructuur in Laarbeek, is rekening gehouden met de beleidskaders die door de landelijke en Europese overheid zijn opgesteld. Ook moet rekening gehouden worden met provinciaal, regionaal en gemeentelijk beleid.

Europees beleid

Overheidssturing in detailhandelsontwikkelingen wordt in belangrijke mate bepaald door de Europese Dienstenrichtlijn. De Europese Dienstenrichtlijn gaat uit van vrijheid van vestiging

van dienstverrichters (waaronder detailhandel). Op grond van deze richtlijn is sturing slechts onder zeer strikte voorwaarden mogelijk.

De dienstenrichtlijn is aan interpretatie onderhevig. Een recente uitspraak van de Raad van State in 2019 met betrekking tot het bestemmingsplan 'Stad Appingedam' zorgde voor de belangrijkste wijziging. Deze uitspraak laat zien dat er veel strengere eisen dan voorheen worden gesteld aan bijvoorbeeld het beperken van locaties voor perifere detailhandel en het beperken van de maximale omvang. Dit zal een fors grotere onderzoeksinspanning vergen, terwijl niet gezegd is dat de bestaande praktijk dan kan worden voortgezet.

Sturing is uitsluitend toegestaan op grond van dwingende redenen van algemeen belang, het vereiste van noodzakelijkheid. Een goede ruimtelijke ordening kan een dwingende reden zijn. Zoals bijvoorbeeld het streven naar concentratie van functies. Ook milieu en consumentenbescherming kunnen dwingende redenen zijn. Bijvoorbeeld als men de leefbaarheid wil waarborgen en consumenten op aanvaardbare afstand een voldoende voorzieningenniveau wil bieden. Sturing op grond van economische motieven is expliciet verboden.

Daarnaast moet aan 2 andere voorschriften worden voldaan. De ruimtelijke voorschriften mogen niet discrimineren. Zo mogen er bijvoorbeeld geen eisen worden gesteld aan de nationaliteit van de ondernemer. Ook moeten de voorschriften evenredig zijn. Dit laatste betekent dat moet worden gemotiveerd dat:

- de regeling geschikt is om het nagestreefte doel te bereiken;
- maar ook dat deze niet verder gaat dan nodig is om dat doel te bereiken;
- en dat dit doel niet met andere, minder beperkende maatregelen kan worden bereikt.

Om te kunnen beoordelen of de brancheringsregeling evenredig is, moet een analyse met specifieke gegevens van geschiktheid worden uitgevoerd.

Het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties en Ministerie van Economische zaken en Klimaat hebben in oktober 2019 een handreiking opgesteld om Overheden te helpen met brancheringsbeleid.⁴ Hierin wordt geconcludeerd dat het met een goede onderbouwing van noodzakelijkheid en evenredigheid waarschijnlijk mogelijk is beperkingen voor de branchegroepen 'Dagelijks' en 'Mode en Luxe' buiten de centrumgebieden op te leggen. Branchebeperkingen voor PDV en GDV (hoofdbranches sport & spel, bruin & witgoed, plant & dier, auto & fiets en detailhandel overig) buiten de centrumgebieden wordt bestempeld als twijfelgeval. Overige beperkingen zoals maximalisering van aantal vestigingen van een bepaalde branche en assortimentsbeperkingen wordt ontraden, omdat dit dus waarschijnlijk geen stand houdt na de uitspraak in Appingedam.

Landelijk beleid

Het Rijk laat het detailhandelsbeleid grotendeels over aan provincies en gemeenten. Wel is in oktober 2012 de 'De Ladder voor duurzame verstedelijking' vastgesteld. Deze heeft ook gevolgen voor detailhandelsontwikkelingen. De Ladder heeft als doel duurzaam ruimtegebruik te bevorderen. Er is een enorm overschot aan winkelvastgoedmeters in Nederland. Door ruimte in bestaand stedelijk gebied zorgvuldig te benutten kan onnodig

⁴ Handreiking dienstenrichtlijn en ruimtelijke ordening 2019

bouwen in de wei en leegstand voorkomen worden. De Ladder dwingt gemeenten om bewust na te denken over de noodzaak om een nieuwe stedelijke ontwikkeling toe te staan en duidelijke keuzes te maken en te motiveren. Daarbij wordt ook gekeken naar de behoefte aan de betreffende ontwikkeling. Herstructurering binnen of aan de rand van bestaande winkelgebieden heeft de voorkeur. Op deze wijze wordt een duurzame winkelstructuur nagestreefd met een beperkt aantal sterke winkellocaties. Zo wordt winkelleegstand tegengegaan en wordt zuinig omgegaan met de schaarse ruimte.

De invoering leidde, evenals de invoering van de Europese Dienstenrichtlijn, tot een constante stroom jurisprudentie. In de praktijk werd de toepassing van de Ladder als lastig ervaren en bleef de toets vaak achterwege. Op 1 juli 2017 is daarom het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd. Hierdoor geldt een nieuwe Laddersystematiek en zijn knelpunten opgelost.

De Ladder is van toepassing op winkelplannen die worden aangemerkt als nieuwe stedelijke ontwikkeling. Of er sprake is van een stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Voorziet het winkelplan in de toevoeging van een gebouw, dan ligt de ondergrens 'in beginsel' bij een bruto-vloeroppervlakte van minder dan 500 m². Wanneer er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling, dient de toelichting van het bestemmingsplan een beschrijving van de behoefte aan de detailhandel die mogelijk wordt gemaakt te bevatten. De behoefte dient te worden bepaald binnen het ruimtelijk verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikkeling.

Bij de beoordeling van de behoefte dient het bestaande aanbod betrokken te worden. Voor detailhandel betekent dit dat er moet worden gemotiveerd, dat rekening is gehouden met (de effecten op) winkelleegstand. Daarbij dient inzichtelijk te worden gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben, dat dit tot een onaanvaardbare situatie zal leiden uit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening. Het enkele gegeven dat overaanbod ontstaat, betekent niet dat de ontwikkeling in strijd is met de Ladder. Daarnaast kan op plekken waar weinig marktruimte aanwezig is voor detailhandel vernieuwing en versterking van de winkelstructuur soms nodig zijn.

Wanneer er winkelbeleid is, dat aangeeft op welke locaties toevoeging nog nodig is om kwalitatieve redenen en waar niet, kan dit helpen bij het taxeren van de aanvaardbaarheid van effecten.

Provinciaal beleid

De rol van de provincie Noord-Brabant ten aanzien van detailhandel is primair richting geven. De Provincie ziet toe op de toepassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Ook heeft de provincie met het oog op de herijking van de detailhandelsvisies in de regio's een aantal richtinggevende principes voor detailhandel vastgesteld.

Deze principes geven aan waarop de komende jaren de accenten liggen als het gaat om detailhandel en centrumontwikkelingen in Brabant.

Ze dienen als leidraad voor de regionale afspraken in de (sub)regio's. De belangrijkste richtlijnen zijn:

1. Nieuwe (perifere) detailhandelsontwikkelingen moeten bijdragen aan de versterking van de gewenste detailhandelsstructuur.
2. Per saldo mogen géén winkelmeters toegevoegd worden
3. Concentreer detailhandel en voorkom verspreide bewinkeling.
4. Benoem perspectiefrijke en perspectiefarme winkelgebieden.
5. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen alleen in of aansluitend aan perspectiefrijke winkelgebieden.
6. Bied ruimte aan innovatieve concepten en nieuwe detailhandelsontwikkelingen die bijdragen aan het versterken van de (beoogde/gewenste) detailhandelsstructuur en/of centrum.
7. Verwijder onbenutte en vrijkomende detailhandelsbestemmingen op ongewenste locaties uit bestemmingsplannen.
8. Beoordeel ontwikkelingen op hun impact op omliggende gemeenten en stem daarmee af

Ook heeft de Provincie Brabant een Retail Adviescommissie opgericht. Deze brengt onafhankelijk advies uit aan gemeenten en de provincie. De commissie is aangesteld om te adviseren in de aanpak van de toenemende leegstand in de Brabantse centrumgebieden.

Regionaal beleid

In juni 2015 heeft de Metropoolregio Eindhoven een regionale detailhandelsvisie vastgesteld. Deze regionale detailhandelsvisie biedt een kader, maar vraagt nog wel om lokale verankering. Het hoofddoel is een goed en toekomstbestendig voorzieningenniveau voor inwoners van de regio.

De visie zet in op een goed basisvoorzieningenniveau door te versterken wat sterk is en niet meer te investeren in kansarme gebieden. Deze versterking moet met name gebeuren door clustering en concentratie. Nieuwe ontwikkelingen dienen in principe binnen concentratiegebieden plaats te vinden. Groei is in verband met de oplopende leegstand niet meer aan de orde is.

Supermarkten zouden zo veel mogelijk in een centrum gevestigd moeten worden. Bij onvoldoende draagvlak zullen supermarkten in kleine kernen verdwijnen. De markt moet hierin gewoon zijn werk doen.

Op basis van bovenstaande visie zijn onder andere de volgende regionale afspraken geformuleerd.

- Detailhandel wordt geconcentreerd/ geclusterd in bestaande winkelgebieden (ruimtelijke concentratie) om zo de hoofdstructuur te behouden en te versterken;
- Nieuwe detailhandelsontwikkelingen moeten passen bij het verzorgingsgebied en aantoonbaar kwaliteit toevoegen en de structuur versterken;
- Nieuwe detailhandelsontwikkelingen vinden in principe alleen plaats in de concentratiegebieden of op plekken waar dat voor de leefbaarheid noodzakelijk is;
- Supermarkten worden gerealiseerd in of aan de rand van bestaande winkelgebieden;
- Solitaire supermarkten op bedrijventerreinen/ perifere detailhandelslocaties zijn niet toegestaan;
- Perifere detailhandel (PDV) met een bovenlokale impact wordt geclusterd op bestaande locaties. Er worden in principe geen nieuwe PDV-locaties met een bovenlokale functie toegevoegd;

Specifiek voor Laarbeek zijn de volgende uitdagingen geformuleerd:

1. Relatie met Bavaria versterken
2. Versterken organisatiegraad en samenwerking
3. Evenementen en markten verplaatsen naar de Heuvel
4. Clustering van dagelijks winkelaanbod
5. De Heuvel uitbouwen als centraal ontmoetingspunt
6. Concentreren van horeca-aanbod

Ook is in 2015 het afsprakenkader Detailhandel in de Peel vastgesteld. De Peelregio streeft naar concentratie van detailhandel in perspectiefrijke gebieden en het voorkomen van gespreide bewinkeling. Per saldo is afgesproken géén extra winkelmeters toe te voegen. Met de regionale afspraken is geborgd dat regiogemeenten inspraak hebben op detailhandelseffecten met bovenlokale effecten.

Lokaal beleid

De nota Economisch beleid Laarbeek 2016 verwijst voor retail naar de retailnota 2015. Wel geven bestemmingsplannen kaders voor retail aan. Deze zijn allen opgesteld voor de vorige nota. Ook de Toekomstvisie Laarbeek 2020, de Structuurvisie bedrijventerreinen Laarbeek en de Structuurvisie Laarbeek 2010-2020 dateren van vóór 2015. Verder zijn relevant de Omgevingsvisie Buitengebied, het Afwegings- en Transformatiekader wonen en het parkeerbeleidsplan Laarbeek 2019. Onderstaand een beschrijving van kaders voor retail vanuit lokaal beleid.

De dorpen in de gemeente Laarbeek hebben ieder een eigen profiel, uitstraling en aantrekkingskracht. In de komplannen van de gemeente Laarbeek is de bestemming centrumdoeleinden en dienstverlening opgenomen. Naast de specifieke aanduiding detailhandel en horeca mogen woningen en de daarbij behorende bijgebouwen worden gebruikt voor het uitoefenen van beroepsmatige of bedrijfsmatige activiteiten. Het betreft niet een activiteit die in de regel in winkelpanden plaatsvindt. Behoud van de woonfunctie is daarbij noodzakelijk. De bestemmingsplannen in het centrum zijn flexibel zodat functies in

het centrumgebied van bestemming kunnen veranderen. Met een ontheffing kunnen functies veranderen naar horeca categorie 1 en detailhandel. Rechtstreeks is verandering naar zakelijke en maatschappelijke dienstverlening en wonen mogelijk. De huidige bestemmingsplannen zijn vrij conservatief opgesteld, bestaande situaties zijn in bestemmingsplannen opgenomen.

In de komplannen is ook perifere detailhandel toegestaan. Onder perifere detailhandel verstaat de gemeente detailhandel in auto's, boten, caravans, artikelen voor tuininrichting, bouwmarkten met een minimale verkoopvloeroppervlakte van 1.000m², grove bouwmaterialen, keukens en sanitair en woninginrichting waaronder meubels, die vanwege aard en omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig hebben voor de uitstalling (en daarom niet binnen de aangewezen winkelconcentratiegebieden gevestigd kunnen worden).

Detailhandel in de vorm van een winkel is slechts toegestaan voor zover deze beperkt blijft tot een beperkte verkoop en in direct verband staat met de uitoefening van beroepsmatige activiteiten. Een hypermarkt/supermarkt is een grootschalige winkel waar naast supermarkt artikelen (dagelijkse boodschappen) ook warenhuisartikelen (niet-dagelijkse artikelen) te koop zijn. De vestiging hiervan is alleen in de winkelcentra van Laarbeek mogelijk volgens de bestemmingsplannen.

In het buitengebied biedt het bestemmingsplan agrarische bedrijven mogelijkheid tot het uitoefenen van de nevenfunctie 'productie gebonden detailhandel'. Hiervoor geldt de voorwaarde dat de oppervlakte aan productie gebonden detailhandel niet meer mag bedragen dan 25m² en volgens de winkeltijdenverordening dient te gebeuren. Met productie gebonden detailhandel wordt de verkoop bedoeld van (streek) eigen goederen/producten vanuit een bedrijf dat die goederen/producten vervaardigt, produceert, bewerkt en/of toepast in het productieproces. De detailhandelsfunctie moet ondergeschikt zijn aan de productiefunctie.

Op de bedrijventerreinen is er niet gekozen voor transformatie naar publieksgerichte functies, met uitzondering van Helmondseweg/Kanaaldijk in Aarle-Rixtel en Papenhoed in Lieshout.

De omgevingsvisie Buitengebied stelt dat landbouw multifunctioneler wordt en er ruimte moet zijn voor combinaties met meerdere activiteiten zoals boerderijverkoop.

Daarnaast is tussentijds het Afweging en Transformatiekader Wonen Laarbeek vastgesteld. Laarbeek wil mede voorzien in de behoefte aan woningen extra woningenbouw binnen de bestaande kernen door transformatie van bestaande bebouwing. Bijzondere aandacht voor transformatie vragen de centrumgebieden waar een aantal voormalige winkelpanden al langere tijd leeg staan. Diverse principeverzoeken van verschillende initiatiefnemers om die winkelpanden om te vormen naar woningen maakten het noodzakelijk om hierover kaders vast te stellen, die recht doen aan de woningbehoefte, het behoud van de centrumfunctie, de klimaatdoelstellingen en de leefbaarheid van de kernen. Kaders met betrekking tot transformatie en woningsplitsing die richtinggevend zijn bij het beoordelen van principeverzoeken. Met dit afwegingskader worden de voorwaarden duidelijk waarmee een beoordeling van een principeverzoek mogelijk wordt voor een eventuele afwijking van het bestemmingsplan voor de realisatie van woningsplitsing en transformatie. Met het kader wordt ook een gebied aangegeven waarin ingezet wordt op behoud van de publiek

aantrekkende centrumfunctie. De perspectiefrijke centrumgebieden zijn hiermee recentelijk met duidelijke kaartbeelden omkaderd (zie bijlage 2).

Parkeerbeleid zet in op zo veel mogelijk tegenmoet komen aan de parkeervraag en parkeren als kwaliteit bij ruimtelijke ontwikkeling. Parkeren is overal gratis en er zijn geen blauwe zones.

Toekomstvisie Laarbeek 2020 geeft aan dat het voorzieningenniveau in de kernen op peil gehouden moet worden en zet in op ontwikkelen van bedrijvigheid. De Structuurvisie (SV) Laarbeek tot 2010-2020 omvat het ruimtelijk beleid op hoofdlijnen. De nota constateerde al dat het winkelbestand onder druk staat en het draagvlak voor voorzieningen afneemt. Met dorpsontwikkelingsplannen diende zo gunstig mogelijke voorwaarden te worden gecreëerd. De SV is niet geactualiseerd, maar de nieuwe Omgevingswet dient hiervoor in de plaats te komen.

2.3.2. Gerealiseerde plannen en planvoorraad

Gerealiseerde ontwikkelingen

In Beek & Donk is voormalige postkantoor aan het Piet van Thielplein ontwikkeld naar een horecazaak en appartementen. Het oude bankgebouw is een bedrijfsverzamelgebouw geworden.

In Aarle-Rixtel werd in 2017 de 'Poort van Laarbeek' ontwikkeld, op een solitaire locatie aan de kanaaldijk. Hier is nu een discount supermarkt van ongeveer 950m² en ruimte voor dienstverlening gerealiseerd. In de voormalige klokkengieterij was enkele jaren een creatieve broedplaats voor bedrijven. Een aantal startups zijn van hieruit doorgegroeid naar winkelpanden in Aarle-Rixtel, zoals Studio Fingo en Deel Interieurbeleving. Daarnaast zijn nog een paar unieke winkels geopend in Aarle-Rixtel, zoals 'Fairyland' en 'Snoeperij Jantje'. In Mariahout is het Oranjeplein opnieuw ingericht.

Met hulp van het Innovatiehuis De Peel is 'Land van de Peel' opgericht. Deze regionale marketingorganisatie van de zes Brabantse Peelgemeenten heeft een verbindende rol bij bovenlokale marketing. Het 'Land van de Peel' wordt op de kaart gezet als een interessante regio waar je allerlei mysteries kan ontdekken. De regiomarketeers werken samen met de lokale partijen zoals de VVV's, gemeentes en ondernemers. Het online platform bundelt krachten van ondernemers, organisaties en culturele instellingen om toeristen te trekken. Dit platform is niet alleen op toeristen gericht, maar heeft ook tot doel om het vrijetijdsaanbod onder de aandacht te brengen van de eigen inwoners en recreanten uit de regio.

Stichting Toeristisch Laarbeek is sinds 2021 de opvolger van VVV Laarbeek. Deze stichting heeft onder andere tot doel om samenwerking tussen de toeristische en recreatieve ondernemers te bevorderen en deze ondernemers zich te laten profileren als ambassadeurs van een gastvrij Laarbeek.

Regionale planontwikkeling

In de regio is in Asten een winkeloppervlak van 3.580m² getransformeerd naar een andere functie.

Plannen en initiatieven

Relocatie Jumbo Lieshout

De supermarkt Jumbo is de enige supermarkt in de kern Lieshout. Met een omvang van 922m² wvo en een beperkte parkeercapaciteit voldoet de supermarkt niet aan de maatstaven van een hedendaagse fullservice supermarkt. Daarnaast is de supermarkt nagenoeg solitair aanwezig buiten het dorpshart, waardoor combinatiebezoek met andere winkels en voorzieningen nauwelijks aan de orde is. Sinds 2017 bestaat het plan om de supermarkt te verplaatsen naar het zuidelijke deel van het Centrum, gelegen in het Afwegings- en transformatiekader aangewezen perspectiefrijke gebied. Het voornemen is om de supermarkt daarbij uit te breiden naar ongeveer 1250m² wvo. Aanvullend is het plan op de locatie ongeveer 300m² wvo overige dagwinkels en/of horeca en appartementen te realiseren. De huidige supermarktllocatie wordt volgens dat plan getransformeerd naar woningen. Door Stichting Plan Lieshout (opgericht door bewoners van Lieshout) is een alternatief plan gepresenteerd waarin woningen en 200m² horeca wordt toegevoegd aan het centrum. De gedachte bij dit plan is dat de supermarkt op de huidige locatie of een andere locatie kan uitbreiden en op de ontwikkellocatie een centrale verblijfs- en ontmoetingsplek ontstaat. Ongeacht op welke locatie de supermarktontwikkeling gaat plaatsvinden is het belangrijk dat het dorpse kleinschalige karakter en de historische uitstraling bewaard blijft. Het plan zal een goede kwalitatieve ontwikkeling voor het centrum van Lieshout moeten zijn zonder dat dit leidt tot onaanvaardbare effecten voor de dagelijkse winkelstructuur in Laarbeek en de regio. Kwantitatief is er weliswaar weinig ruimte voor uitbreiding van het dagelijkse aanbod. Een beperkte uitbreiding is echter te verantwoorden als het een kwalitatieve versterking van de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging oplevert.

Herinrichting Piet van Thielplein.

Om de sfeer en de uitstraling van het plein te verbeteren wordt de openbare ruimte van het Piet van Thielplein in Beek en Donk verbeterd. Het plangebied betreft zowel het openbare gebied voor het oude postkantoor en het middenterrein, het parkeerterrein als de koppelstraat ter hoogte van het Piet van Thielplein. In samenwerking met winkeliersvereniging Piet van Thielplein en CML is hiervoor een inrichtingsplan opgesteld. Door enkele knelpunten laat de uitvoering langer op zich wachten dan voorzien. Naar verwachting start de uitvoering eind 2023. Ook voor het Kerkplein in Aarle-Rixtel is een herinrichtingsplan opgesteld samenwerking met belanghebbenden. Ook hier start de uitvoering naar verwacht in 2023.

Zachte plannen

Zowel de Plus aan het Piet van Thielplein als Jan Linders en de Jumbo op de Heuvel in Beek en Donk hebben plannen om op termijn uit te breiden. De wens van Jan Linders blijft om dit bij voorkeur op een andere locatie te doen. Ook de MCD in Aarle-Rixtel denkt na over uitbreiding.

Regionale planvoorraad

In de regio zijn weinig plannen bekend die tot uitbreiding van winkelvloeroppervlak leiden. In Gemert-Bakel is toevoeging van 1050 dagelijks en 400 niet-dagelijks in de voorontwerpfase.⁵

In Deurne zijn zachte plannen op twee locaties waar nog geen oppervlakten van bekend zijn.

Conclusies ten aanzien van plannen en beleid

Op alle niveaus wordt ingezet op compacte centra en per saldo een stabilisatie dan wel krimp van het aantal meters. Met name in het dagelijkse aanbod is er echter wel sprake van enige planvorming.

2.4 Trends en ontwikkelingen

In het rapport van 2015 is een overzicht gemaakt van trends en ontwikkelingen. Deze tekenen zich nog steeds af in de winkelbranche. De coronacrisis heeft deze beweging op veel punten versterkt.

In algemene zin neemt de omzet in de detailhandel sinds 2014 weer gestaag toe (zie figuur 2). De omzetstijging in de dagelijkse sector neemt hierbij forser toe dan de niet-dagelijkse sector. De coronacrisis zorgde voor een tijdelijke dip in de meeste niet-dagelijkse uitgaven. Maar corona versterkte de toename van uitgaves aan dagelijkse boodschappen. Het CBS meldde bijvoorbeeld dat winkels in voedingsmiddelen in april 2021 ongeveer 9% meer omzet draaiden dan in april 2019. De toekomstige omzetontwikkeling is als gevolg van corona op dit moment nog lastig te voorspellen. Een deel van de stijging zal echter tijdelijk zijn, als gevolg van hamstergedrag en verschuivingen van horecabestedingen naar winkels met dagelijks aanbod.

Onderstaand zijn de voornaamste trends en ontwikkelingen uiteengezet

Online bestedingen zetten de fysieke winkelmarkt onder druk

Het aantal online bestedingen neemt nog steeds sterk toe (zie figuur 3). De grootste groei is zichtbaar in de categorieën levensmiddelen, cosmetica, schoonmaak, huishoudelijke goederen en apparaten. Absoluut gezien kopen de meeste Nederlanders kleding en

⁵ Bron: inventarisatie winkelplannen 2021 Provincie Noord-Brabant

sportartikelen online⁶. Ook het koopstromenonderzoek uit 2021 laat een grote afvloeiing naar online winkels zien: 3% voor dagelijkse aankopen, 36% voor recreatieve aankopen waaronder mode en 20% voor doelgerichte aankopen. Dit zet de fysieke winkelmarkt blijvend onder druk met name de niet-dagelijkse winkels. Corona heeft deze trend enorm versterkt. De internetomzet van de detailhandel was in het vierde kwartaal van 2020 55,6 procent hoger dan een jaar eerder. Dit is de sterkste groei sinds het begin van de publicatie van de onlineverkopen in 2014 door het CBS. De meeste bestedingen zijn echter nog steeds in fysieke winkels. Online en offline bestedingen raken wel steeds meer met elkaar verweven (multi-channel). De toekomstige omzetontwikkeling online is als gevolg van corona op dit moment nog lastig te voorspellen.

Horeca

De omzet in de horeca neemt sinds 2010 fors toe. De impact van corona is echter enorm en heeft geleid tot een ongekennde omzetsdaling sindsdien (zie figuur 4). In het tweede kwartaal van 2021 lag de omzet van de horeca 52,6 procent hoger dan dezelfde periode het jaar ervoor volgens de meest recente cijfers van het CBS. Maar ten opzichte van het tweede kwartaal van 2019 was de omzet nog ruim 35% lager. De toekomstige omzetontwikkeling in de horeca is als gevolg van corona op dit moment nog lastig te voorspellen. Het voortbestaan van veel horecazaken is echter onzeker door een vaak ongezonde financiële basis.

Supermarkten

De gemiddelde omvang van supermarkten neemt toe. Met name het aantal supermarkten met een omvang tussen 1.000 en 1.500 m² wvo is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Dit wordt gezien als een maat die aansluit bij de wens van de moderne consument. Deze heeft behoefte aan supermarkten met een uitgebreid assortiment (keuze en gemak) en een ruime opzet (comfort). Supermarkten zijn een belangrijke trekker voor elk centrum. Supermarkten zelf vestigen zich echter graag op zichtbare, bereikbare locaties waar voldoende parkeergelegenheid te realiseren is. Dat zijn niet altijd centrumlocaties.

⁶ Bron CBS 2020

Figuur 2: Omzetontwikkeling fysieke detailhandel



Figuur 3: omzetontwikkeling online detailhandel



Figuur 4: omzetontwikkeling horeca



Consumentengedrag

- De opkomst van het internet heeft geleid tot een structureel gewijzigd koopgedrag door consumenten. De consument kan 24 uur per dag online winkelen. De consument blijft fysieke winkels bezoeken, maar beleving, gemak en service zijn daarbij erg belangrijk. De klant is koning. Ook wordt offline winkelen gecombineerd met online (multi-channeling), soms zelfs met een smartphone in de fysieke winkel. Ook spelen aanbieders hierop in met digitale bereikbaarheid en digitale services en abonnementen (ook bijvoorbeeld op kleding). Dat betekent dat er minder besteedbaar inkomen overblijft om in de fysieke winkel uit te geven, maar hier liggen ook kansen voor ondernemers.

Voor het fysieke winkelbezoek kiest de consument hoofdzakelijk voor functioneel winkelen en funshoppen in grote stadscentra en perifere detailhandelslocatie. Voor kleine stadsdeelcentra en buurt- en wijkcentra is daarom een compleet dagelijks aanbod van levensbelang. Voor de grote stadscentra bepaalt beleving de aantrekkingskracht. Vooral middelgrote centra hebben sterk te lijden onder deze ontwikkelingen.

- De mobiliteit van de consument is vergoot. Men is bereid langere afstanden af te leggen voor recreatief winkelen.

- De dagelijkse aankopen koopt de consument hoofdzakelijk in fysieke winkels. Maar toenemend wordt er ook hiervoor online geshopt. Enkele grote supermarktformules bieden deze dienst. Ook nieuwe onlinespelers zijn in opmars zoals Picnic, maaltijdbox-aanbieders en online versspeciaalzaken.

- De Nederlander eet (m.u.v. corona-effecten) steeds meer buiten de deur en haalt meer maaltijden af. De toename aan omzet in de horeca stijgt dan ook fors en het aantal horecazaken neemt toe. Dit biedt kansen voor centrumgebieden, ook in kleine landelijke kernen. Sterke horeca (en andere leisure) kan een enorme versterking betekenen voor een gebied. Ook supermarkten proberen een deel van de horecabehoeft te vervullen door restaurant en 'take-away' functies aan te bieden.

Vergrijzing

De vergrijzingstrend zet door en heeft een belangrijke invloed op de winkelbehoefte. Ouderen geven logischerwijs meer uit aan zorg, maar bijvoorbeeld ook aan reizen. Ze besteden significant minder aan eten, kleding en schoenen.

De vergrijzing heeft ook gevolgen voor de leegstand. Het ondernemersbestand vergrijst immers ook. Kleine kernen en verspreide winkels met relatief veel zelfstandige ondernemers zullen hierdoor sneller te maken hebben met ondernemers zonder bedrijfsopvolging.

Huishoudenssamenstelling

Het aantal eenpersoonshuishoudens blijft groeien. Gemiddeld genomen hebben deze huishoudens minder tijd en een lager besteedbaar inkomen. De groei van het aantal eenpersoonshuishoudens biedt ook kansen, huishoudelijke apparaten, meubels, keukens worden doorgaans per huishouden aangeschaft.

Functieverlies centra

Dienstverlening en sociaal maatschappelijke functies zijn een belangrijke toevoeging en trekker in centra, maar een aantal van deze sluiten of digitaliseren baliefuncties. Dit leidt tot verminderd bezoek aan het centrum en gemiste combinatiebezoeken.

Branchevervaging:

Met name op perifere detailhandelslocaties is sprake van branchevervaging. Tuincentra die ook artikelen verkopen voor woninginrichting en bouwmarkten die bijvoorbeeld huishoudelijke artikelen aanbieden. De grens tussen perifere verkoop en reguliere verkoop vervaagt hiermee met alle risico's van dien. Maar ook in de centrumgebieden zie je branchevervaging bijvoorbeeld tussen horeca en detailhandel. Een koffiezaak die ook meubilair verkoopt en verpakte koffiebonen. Dat levert soms problemen op met de geldende bestemming.

Corona-effecten

Door corona zijn de dagelijkse bestedingen (en de bestedingen in woonboulevards) enorm gegroeid. Hier blijken vooral de solitaire supermarkten van te hebben geprofiteerd. Centrale en ondersteunende winkelgebieden hebben gemiddeld genomen omzet verloren.

Gedacht werd dat corona de loyaliteit om lokaal te kopen had vergoot maar dat blijkt niet altijd het geval. In de dagelijkse sector was men meer lokaal gericht, maar bezoekmotieven bleken meer te maken te hebben met gemak dan loyaliteit. Voor doelgerichte aankopen, bijvoorbeeld voor huis en tuin, werden juist meer kilometers afgelegd.

Dat heeft winnaars opgeleverd, met name solitaire supermarkten en online aanbieders, maar ook verliezers, met name de centrale en ondersteunende winkelgebieden. Een deel van deze ontwikkelingen zou echter ook zonder corona als gevolg van algemeen veranderd consumentengedrag en andere trends zichtbaar zijn geweest.

Hoewel de effecten van corona op de toename van winkelsluitingen en leegstand beperkt lijken tot nu toe ligt het wel in de verwachting dat leegstand met name op slechte plekken verder zal toenemen, de online oriëntatie verder stijgt en de oriëntatie op middelgrote centra of centra met weinig onderscheidend vermogen afneemt. Verwachtingen over lokale binding lopen uiteen.

Door corona lijkt lokaal kopen in opkomst, maar onderzoek geeft hier geen eenduidig antwoord op. In de dagelijkse sector wordt weliswaar een groter deel van de toonbankbestedingen lokaal gedaan, naar de groei hiervan is lager dan de groei van online in deze sector.

Gevolgen voor het detailhandelslandschap

Door de druk op de fysieke winkelmarkt en andere trends en ontwikkelingen gingen meerdere winkelketens failliet in de afgelopen jaren en zaten anderen in zwaar weer. De verwachting is dat het aantal faillissementen en bedrijfsbeëindigingen de komende tijd sterk zal toenemen, mede als gevolg van de coronacrisis. Dit is niet altijd terug te vinden in leegstandscijfers. Vaak transformeert leegstaand winkelaanbod naar bijvoorbeeld horeca of woningen.

Waar de opmars van internetwinkelen stopt valt op dit moment niet te voorspellen, dat fysieke winkels in het niet-dagelijkse segment in behoefte afnemen is echter zeker. De supermarkt wordt hierdoor steeds meer de drager van het buurt- en wijkcentrum.

Er moeten keuzes gemaakt worden om de levensvatbare en perspectiefrijke centra te versterken. Sterke moderne supermarkten zijn belangrijk voor een goede toekomst van buurt- en wijkcentra. Als er daar winkels verdwijnen heeft dat de grootste gevolgen voor de winkelstructuur. En er moet gekeken worden waar transformatie naar andere functies het meest kansrijk is. Alleen op die manier kan de leefbaarheid bewaakt worden.

Daarbij is het belangrijk te kijken naar wat de Laarbeekse detailhandel en de Laarbeekse centra sterk maakt en wat ze verzwakt en waar kansen en bedreigingen liggen.

2.5 Sterkte-zwakteanalyse

In het rapport van 2015 is een overzicht gemaakt van sterke en zwakke punten in de gemeente Laarbeek en kansen en bedreigingen (SWOT-analyse). In samenspraak met stakeholders betrokken bij de totstandkoming van dit rapport is deze SWOT-analyse geactualiseerd.

Het KSO2021 bood respondenten met een open vraag de gelegenheid verbeterpunten aan te geven. In paragraaf 2.5.1 zijn deze opgesomd en waar relevant meegenomen in de SWOT-analyse.

2.5.1 Verbeterpunten volgens inwoners

In het KSO2021 werd respondenten gevraagd om tips of adviezen aan de gemeente om het centrum in de woonplaats van de respondent te verbeteren. Hier volgt per kern een samenvatting:

Beek en Donk

Het KSO2021 geeft voor Beek en Donk uitgebreidere gegevens en ook een waardering aan. Consumenten waarderen het Heuvelplein met 7,4 en het Piet van Thielplein met een 7,5 (vergelijkbaar met soortgelijke gemeenten in de benchmark). Vooral de bereikbaarheid per fiets en auto en parkeermogelijkheden scoren hoog. Faciliteiten zoals toilet, wifi, afhaalpunt en bankjes scoren laag, maar ook vergelijkbare gemeenten scoren hierop laag.

Op het Heuvelplein scoort de aanwezigheid van groen en horeca beduidend hoger dan in vergelijkbare gemeenten en de bereikbaarheid via OV beduidend lager. Op het Piet van Thielplein scoren sfeer, uitstraling en veiligheid wat lager dan gemiddeld.

Van de ruim 160 tips voor Beek en Donk was het niet altijd duidelijk of deze tips voor het Piet van Thielplein waren of het Heuvelplein. Wel werd algemeen een sterk pleidooi gedaan voor meer winkels, horeca en terrassen en een beperking van 'te veel van hetzelfde'. Ook werd veelvuldig gevraagd om meer activiteiten en evenementen om zo levendigheid te bevorderen. Daarnaast kwam de herinrichting van het Piet van Thielplein veelvuldig aan bod, waarbij een betere verdeling tussen parkeren, groen en bijvoorbeeld zitelementen werden gewenst. Tenslotte waren er een flink aantal opmerkingen over verkeersveiligheid die helaas niet toe te kennen zijn aan 1 van beide pleinen.

Aarle-Rixtel

Circa 30 respondenten uiten zorgen over verkeer. Meer en veiligere parkeerplaatsen, het verminderen van auto's en zwaar verkeer en snelheidsbeperking werden hierbij veelvuldig genoemd om de hoofdstraat veiliger te maken voor fietsers en prettiger voor bezoekers. Ook wees een aantal respondenten op de onlangs geplaatste hekken die in hun ogen averechts werken als het gaat om veiligheid.

Tweede aandachtspunt volgens ongeveer 25 respondenten uit Aarle-Rixtel is het winkelaanbod. Velen zien graag meer aanbod van betere kwaliteit. Een enkeling vindt dat behoud van het huidige aanbod al een goede zaak zou zijn.

Daarna worden groenvoorzieningen en openbare ruimte het meest aangehaald. Men wil meer groen en een gezellige, sfeervolle inrichting van de Dorpsstraat.

Ook wordt een aantal keren gepleit voor minder bureaucraties, minder regelgeving en een snelle vergunning afhandeling om zo ondernemers optimaal te ondersteunen.

Lieshout

Van de circa 75 respondenten uit Lieshout hebben velen de open vraag gebruikt om te pleiten voor het uitbreiden van de supermarkt op een andere locatie dan de Heuvel. Circa 25 personen noemen dit expliciet in hun antwoord. Circa 5 respondenten steunen de gedachte alles te concentreren rondom de Heuvel. Ook voor dit centrum wordt veelvuldig gevraagd om meer en gevarieerd aanbod. Een aantal respondenten wil simpelweg dat het gezelliger wordt zonder specifiek aan te geven hoe dit het beste zou kunnen.

Mariahout

De ongeveer 40 respondenten uit Mariahout hebben een gedeelde zorg, het behoud van de supermarkt en horeca in hun dorpskern.

2.5.2 SWOT-analyse gemeente Laarbeek

Sterke punten

1. Goed voorzieningenniveau, passend bij grootte van kleine kernen/wijkcentra. Leefbaarheid lijkt op moment redelijk gewaarborgd (m.u.v. Mariahout, zie zwakke punten)
2. Dagelijks aanbod functioneert evenwichtig. Goede koopkrachtbinding dagelijkse sector.
3. Enkele verrassende winkels, specialistisch en/of ambachtelijk aanbod in Beek en Donk, Lieshout en Aarle-Rixtel.
4. Leegstand in de perspectiefrijke kernen vrij stabiel, weinig plekken waar aaneengesloten langdurige leegstand is in de plint.
5. Gratis parkeren.
6. Overleg, betrokkenheid en organisatievermogen op collectief niveau. Het ondernemersfonds maakt collectieve investeringen voor ondernemersactiviteiten en projecten mogelijk en het overleg op collectief niveau en met de gemeente is versterkt. Ook vindt er per winkerkern/deelgebied overleg plaats, al hoewel de betrokkenheid niet in elke kern even groot lijkt (zie zwakte) per deelgebied.
7. Regiomarketing 'Land van de Peel' met profilering Laarbeek als 'Waterpoort van de Peel', aantal sterke evenementen met bovenlokale aantrekkingskracht en de passantenhaven zetten in op recreatieve bezoeker. Stichting Toeristisch Laarbeek stimuleert samenwerking tussen recreatieve en toeristische ondernemers.

Zwakke punten

1. Structuur. Geen compacte kern in Aarle-Rixtel en Lieshout en verspreide bewinkeling in heel Laarbeek, waardoor synergie-effecten gemist worden. Met name door de solitaire ligging van de supermarkt in Lieshout en Aldi in Aarle-Rixtel. Verdeeld aanbod in Beek en Donk op Van Thielplein en Heuvelplein.
2. Dalende koopkrachtbinding in de recreatieve en doelgerichte sector. De koopkrachtbinding is ook lager dan bij vergelijkbare gemeenten.

3. Supermarkten. Vertrek supermarkt in Mariahout, relatief weinig m² supermarkt per inwoner in Lieshout en aantal supermarkten onder 'moderne maat'.
4. Veel verspreide bewinkelingen en oplopende leegstand in verspreide bewinkeling.
5. Grotendeels conservatief traditioneel aanbod, weinig vernieuwende concepten. Veel van hetzelfde en op een enkel plein veel afhaal/fastfood.
6. Slagkracht. Er zijn ondernemersverenigingen, maar de betrokkenheid is niet in elke kern groot. Ook staan de neuzen niet altijd dezelfde kant op. Daarnaast ontbreekt een duidelijk actieplan zowel op collectief niveau als per winkelkern/
7. Geen grote publiekstrekker in Laarbeek.
8. Sfeer uitstraling winkelpleinen, weinig beleving, volgens inwoners weinig terrassen. Ingezette visie Heuvelplein als beleefplein weinig van terecht gekomen, ontwikkeling Piet van Thielplein stagneert.

Kansen

1. Nieuwe omgevingswet biedt kans om gewenste flexibiliteit en/of transformatie vorm te geven.
2. Trekkersfunctie supermarkten en horeca benutten. Omliggende winkels en voorzieningen optimaal laten profiteren door combinatiebezoek. Versterking toevloeiing en binding door versterken supermarkt Lieshout/dagelijks aanbod.
3. Lokaal kopen lijkt trend, al komt dit niet overal in de omzet tot uitdrukking. Dit kan kansen bieden voor dagelijks aanbod in Laarbeek. Versterken aanbod en consument vasthouden en synergie met evenementen. Beleving, gemak en service zijn daarbij erg belangrijk.
4. Draagvlak te vergroten door toevoegen van andere publieksgerichte functies, zoals ambachtelijke dienstverlening. Versterkt perspectief voor centra.
5. Inrichtingsplannen centrumgebieden, inzetten op verblijfskwaliteit en ontmoeting en verkeersveiligheid vergoten.
6. Versterkte profilering Laarbeek via regiomarketing 'Land van de Peel' en profilering Laarbeek als 'Waterpoort van de Peel' en de passantenhaven.
7. Groei internetshoppen brengt ook kansen, showrooms in bestaande winkelgebieden, afhaalpunten genereren traffic.

Bedreigingen

1. Per saldo koopkrachtafvloeiing.
2. Druk op fysieke winkel. Winkelvoorzieningen, met name niet-dagelijkse, krijgen het zwaar. Duidelijk is dat het perspectief voor niet-dagelijks aanbod in de vorm van recreatieve winkels en bepaalde doelgericht bezochte winkels afneemt (o.a. kleding, mode, schoenen, sport, speelgoed en elektronica).
3. Geen distributieve ruimte voor grote kwantitatieve uitbreidingen.
4. Minder sturingsmogelijkheden door strikte Europese dienstenrichtlijn. Loslaten van vestigingsbeperkingen buiten de centrumgebieden brengt echter grote risico's voor aantrekkelijkheid en leefbaarheid centrumgebieden met zich mee.

5. Ruimtelijke effecten van internetwinkels, showrooms en afhaalpunten.
6. Veel leegstaande bewinkeling buiten kern winkelgebieden waar panden door lagere huren aantrekkelijk zijn voor starters die ook een kernwinkelgebied hadden kunnen versterken.
7. Vergrijzing verandert vraag en aanbod (i.v.m. mogelijke bedrijfsbeëindiging).
8. Leefbaarheid onder druk in Mariahout door ontbreken dagelijkse voorzieningen en horeca.
9. Verdeeldheid onder inwoners over juiste koers voor detailhandelsontwikkelingen.