

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



Schijndel

DPO Bestemmingsplan Centrum



DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Schijndel

Opdrachtgever: Gemeente Schijndel

Projectnummer: 863.0609

Datum: 26 oktober 2009

DPO Bestemmingsplan Centrum

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS

Voorstadslaan 254

6542 TG Nijmegen

T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Detailhandelsstructuur Schijndel	2
2.1	Ligging en kenmerken	2
2.2	Winkelaanbod in Schijndel	3
2.3	Winkelstructuur Centrum	5
2.4	Bestemmingsplan Centrum 2009	7
3	Beoordeling uitbreiding Schijndel centrum	9
3.1	Distributieve mogelijkheden	9
3.2	Kwalitatieve beoordeling locaties	10
3.3	Effecten van winkelprojecten	10
4	Conclusie	11
Bijlage 1	Branche-indeling detailhandel	12
Bijlage 2	Winkelaanbod Schijndel	12
Bijlage 3	Distributieve mogelijkheden	13



Centrum van Schijndel: belangrijke aankoopplaats...



... voor boodschappen en recreatief winkelaanbod



Centrumontwikkelingen in bestemmingsplan

1 Inleiding

Aanleiding

De gemeente Schijndel heeft het bestemmingsplan Centrum 2009 in procedure gebracht. Hierin zet zij onder andere in op de ruimtelijke verdichting en optimalisatie van het kernwinkelapparaat door middel van het stimuleren van concentratie van detailhandel. Het gedeelte van de Hoofdstraat tussen Groeneweg-Kluisstraat en de Akkerstraat vormt het concentratiegebied voor centrumvoorzieningen. Het bestemmingsplan Centrum 2009 biedt in het centrum op enkele strategische locaties mogelijkheden voor de toevoeging van detailhandel. Hiervoor is een onderbouwing met een distributieplanologisch onderzoek (DPO) noodzakelijk.

Doel en vraagstelling

Dit DPO geeft inzicht in de distributieve ruimte voor de nieuwe detailhandelslocaties in het centrum van Schijndel. In dit onderzoek beantwoorden wij de volgende vragen:

1. Hoe ziet de huidige detailhandelsstructuur van Schijndel er op hoofdlijnen uit?

2. Wat zijn de distributieve uitbreidingsmogelijkheden voor detailhandel in het centrum?
3. Hoe kan de geplande uitbreiding in het centrum worden beoordeeld?

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de huidige detailhandelsstructuur in Schijndel geanalyseerd. Hierbij wordt ingegaan op de positie, omvang en branchering van het winkelaanbod in het centrum en de nieuwe winkellocaties. Deze worden in hoofdstuk 3 beoordeeld aan de hand van een distributieve berekening (marktruimte) en de kansen voor structuurverbetering op het niveau van het centrum (routing en schaalgrootte). Op deze wijze wordt de geplande uitbreiding van het winkelaanbod op zowel kwantitatieve als kwalitatieve wijze beoordeeld. Tot slot worden in hoofdstuk 4 de conclusies gepresenteerd en wordt ingegaan op de effecten van de toevoeging van winkelvloeroppervlak op de winkelstructuur van Schijndel.

2 Detailhandelsstructuur Schijndel

2.1 Ligging en kenmerken

Huidige situatie

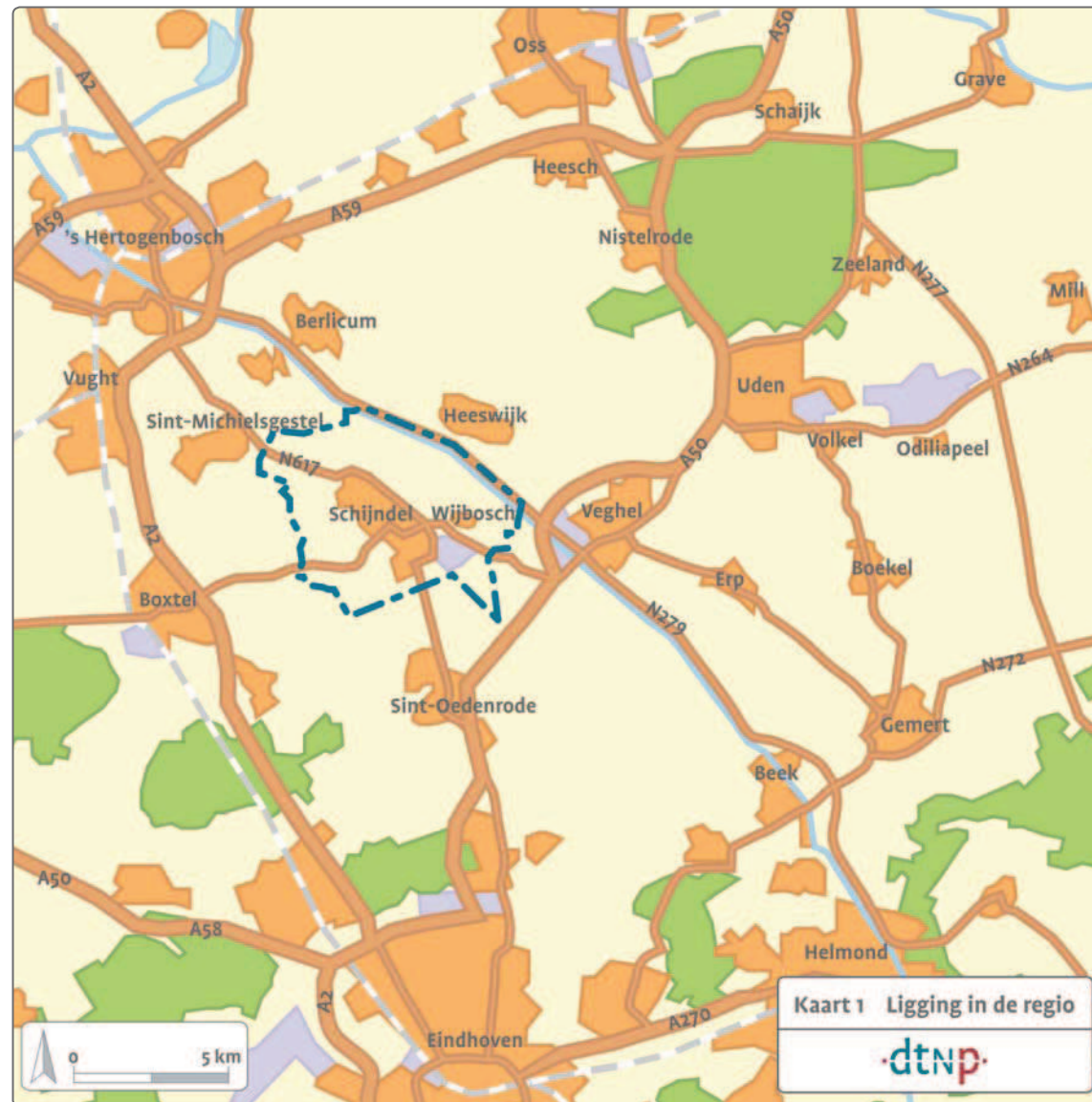
De gemeente Schijndel (Schijndel en Wijbosch) heeft ± 22.900 inwoners*. Schijndel ligt in het oosten van Noord-Brabant, tussen 's-Hertogenbosch en Veghel, en is via enkele provinciale wegen aangesloten op het hoofdwegenet (A50, A2) (kaart 1).

Ontwikkeling vraagzijde

Het inwonertal van Schijndel (primair verzorgingsgebied) zal de komende jaren licht stijgen. In 2015 wonen er naar verwachting ± 23.300 mensen in Schijndel (inclusief Wijbosch). Rond 2020 stabiliseert het inwonertal (± 23.500 inwoners) en na 2030 zal het naar verwachting licht dalen**.

* CBS (2009), StatLine

** Gemeente Schijndel (2009), Woningbouw-programma 2009-2020
Provincie Noord-Brabant (2008), Beleidsnota Bevolkingsprognose 2008





2.2 Winkelaanbod in Schijndel

Omvang winkelaanbod

Het winkelaanbod in de gemeente Schijndel heeft een totale omvang van ± 52.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo), verdeeld over ± 300 verkooppunten (vkp). Gemiddeld is het aanbod in kernen van vergelijkbare omvang minder groot (± 45.000 m² wvo). Dit verschil wordt onder andere veroorzaakt door enkele grootschalige aanbieders in de periferie, met name Camping Sport De Wit.

Spreiding van het winkelaanbod

Het centrum van Schijndel is het belangrijkste winkelgebied van de gemeente. Het centrum heeft een zeer centrale ligging in de kern (kaart 2). De omvang van het winkelaanbod in het centrum van Schijndel (± 15.200 m² wvo, 29% van het aanbod in de kern) is kleiner dan gemiddeld in centra van kernen met een gelijk inwonertal (± 18.000 m² wvo, $\pm 40\%$ van het aanbod in de kern) (figuur 1). Met name het aanbod in de branches frequent benodigde non-food (o.a. huishoudelijke artikelen en dierbenodigdheden) en modisch recreatief (kleding) is beperkter aanwezig dan in een centrum van deze omvang verwacht mag

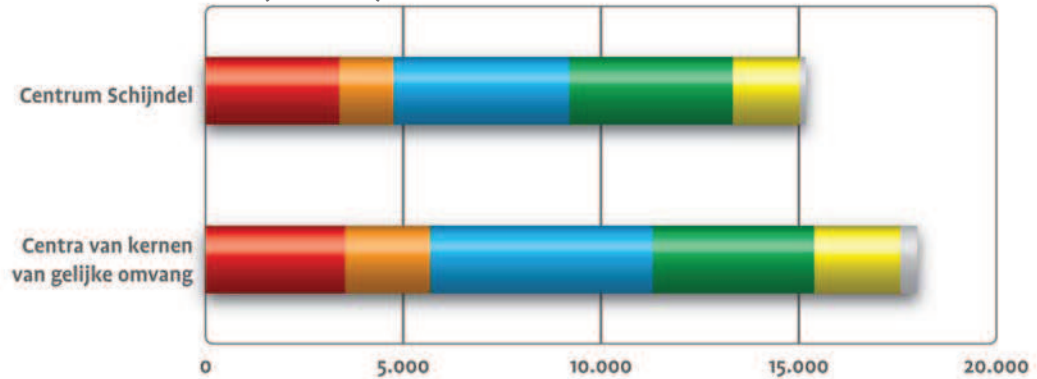
worden. De omvang van het winkelaanbod in het centrum is relatief beperkt, doordat veel winkelaanbod buiten het centrum is gevestigd.

Winkelcentrum 't Zuid (Molenstraat) is het tweede winkel-gebied van Schijndel (± 4.000 m² wvo). Het winkelcentrum bestaat uit ± 20 verkoop-punten. Dit winkelaanbod bestaat voor een deel uit boodschappenwinkels, met super-markt Albert Heijn (± 1.200 m² wvo) als belangrijkste publiekstrekker. Er zijn tevens enkele zelfstandige modewinkels (o.a. Van Tilburg) aanwezig, waardoor een deel van het winkelgebied een bovenwijkse verzorgings-functie heeft.

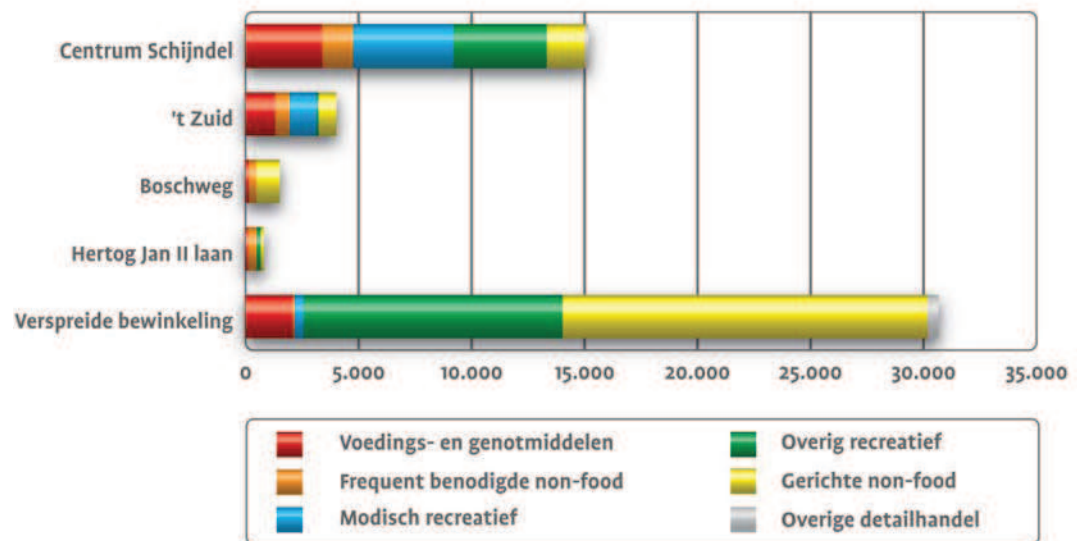
De buurtwinkelcentra Boschweg en Hertog Jan II laan hebben een beperkte omvang (figuur 2). Het boodschappenaanbod wordt grotendeels bepaald door enkele versspecialzaken en kleinschalige winkels met dagelijks aanbod, zoals drogist en bloemist. Een publiekstrekker in de vorm van een supermarkt is in deze buurtcentra niet aanwezig.

Het verspreide winkelaanbod heeft een omvang van ruim 30.000 m² wvo, verdeeld

Figuur 1 Winkelaanbod in het centrum van Schijndel en in centra van vergelijkbare kernen (in m² wvo)



Figuur 2 Spreiding van het winkelaanbod in Schijndel (in m² wvo)



Bron: Locatus, juli 2009; bewerking Droogh Trommelen en Partners



Winkelcentrum 't Zuid



Relatief veel winkelaanbod buiten het centrum



Deel Hoofdstraat voor Plus: aanloopfunctie

over ± 45 verkooppunten. In Schijndel zijn twee solitair gevestigde supermarkten aanwezig, Jumbo (ruim 1.400 m² wvo) en Spar (± 450 m² wvo) (kaart 2). Grootschalige winkels voor doelgerichte aankopen zijn o.a. De Wit, Van Cranenbroek, Karwei en Woonarena. In bijlage 1 en 2 zijn de gehanteerde branche-indeling en een overzicht van het winkelaanbod opgenomen.

2.3 Winkelstructuur Centrum

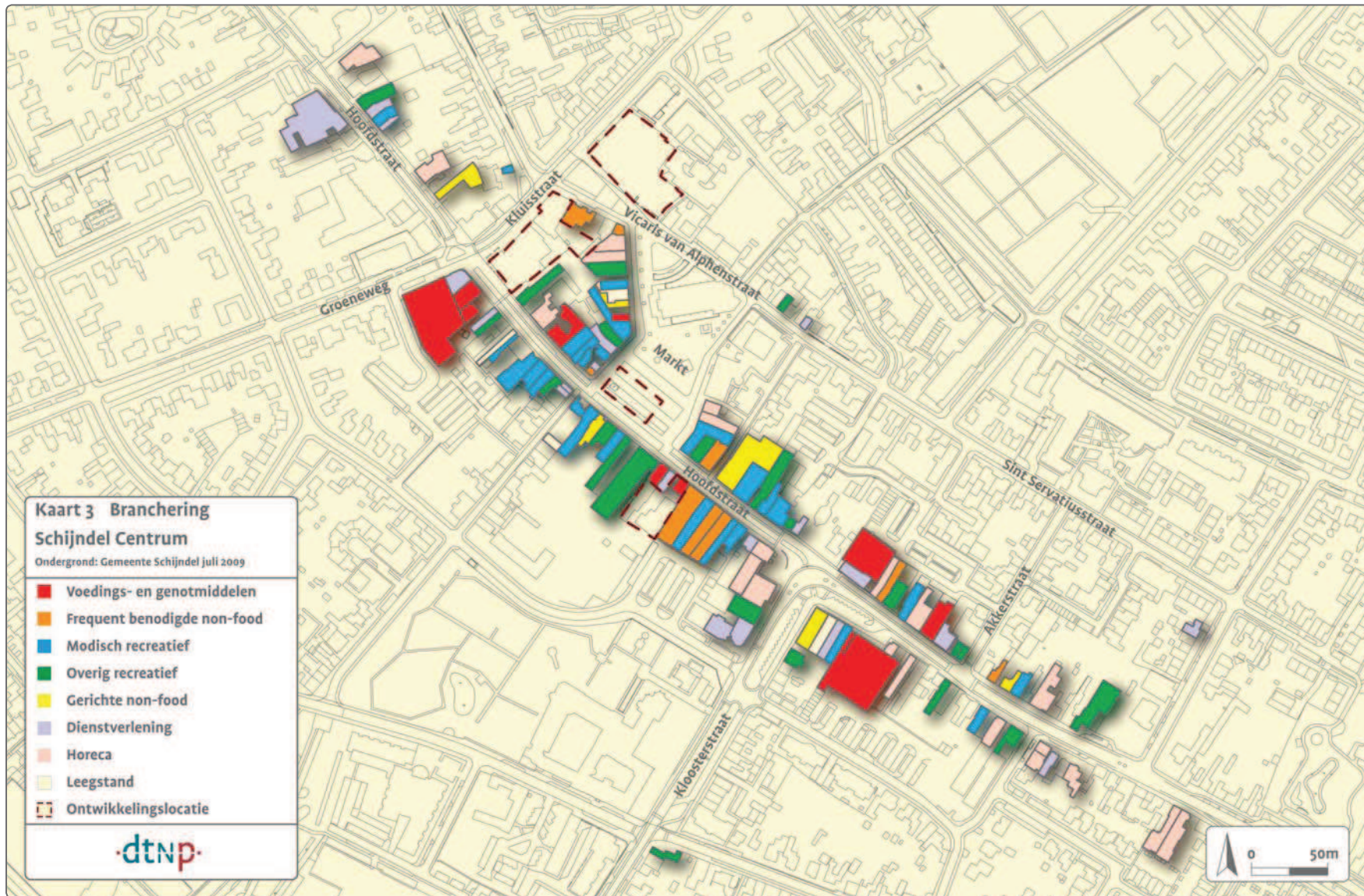
Huidige routing en structuur

Het centrum van Schijndel heeft een lineaire structuur. Het kernwinkelgebied bestaat uit het deel van de Hoofdstraat tussen de supermarkten Plus en Aldi en C1000, met warenhuis Hema als middelpunt. De delen van de Hoofdstraat ten noordwesten van de Kluisstraat en ten zuidoosten van de Akkerstraat liggen buiten het kernwinkelgebied. Deze delen functioneren als aanloopstraten van het kernwinkelgebied, met een brede mix aan functies (o.a. detailhandel, horeca, dienstverlening en wonen). Inclusief de aanloopgebieden is het centrum van Schijndel ruim 800 meter lang. Aan de noordelijke pleinwand van de Markt zijn eveneens

kleinschalige dienstverlenende, horeca- en detailhandelsbedrijven gevestigd. Ook dit deel van het centrum functioneert als een aanloopgebied.

In het kernwinkelgebied zijn meerdere onderbrekingen in de winkelwanden aanwezig. Centraal in het kernwinkelgebied ligt de Markt. De Markt is een groot plein, met gedeeltelijk een parkeerfunctie. Aan de Markt nemen de kerk en het gemeentehuis een belangrijke plaats in. Door de huidige verschijningsvorm en beperkte hoeveelheid publieksfuncties aan de Markt zorgen zij voor een onderbreking van het winkelfront aan de noordwand van de Hoofdstraat over een lengte van ± 80 meter.

Op de hoek Groeneweg-Hoofdstraat is een winkel- en woonproject ontwikkeld, waaronder een vestiging van supermarkt C1000. Nabij dit project is ook een parkeerlocatie gerealiseerd, waardoor dit gebied een bronpunt is voor een bezoek aan het centrum. Op de andere hoek (Hoofdstraat-Kluisstraat) is momenteel een woon-winkelproject in ontwikkeling (zie 2.4).





Marktgebouw gepland aan Hoofdstraat op Markt



Uitbreiding winkelruimte aan Hoofdstraat 97



Hermétage is in ontwikkeling

Aan de oostzijde van het kernwinkelgebied zijn de supermarkten Plus en Aldi belangrijke publiekstrekkers. Deze supermarkten aan de oostzijde en C1000 aan de westzijde zijn de polen van het kernwinkelgebied. Deze trekkers op de koppen van het kernwinkelgebied dragen bij aan het genereren van een passantenstroom in het kernwinkelgebied.

In het centrum van Schijndel is een blauwe zone ingesteld. Voor bezoekers aan het centrum van Schijndel is het van belang om dicht bij de winkels te kunnen parkeren, direct bij de Hoofdstraat (lage drempel). De parkeerlocaties op de Markt en bij de supermarkten worden dan ook goed benut. (De Markt wordt autovrij, compensatie: Mieke de Brefstraat.) Parkeerterrein De Steeg heeft maar een beperkte functie voor centrumbezoekers. Dit terrein is niet gekoppeld aan een primair bezoekdoel en ligt op enige afstand (± 250 meter) van het kernwinkelgebied. Dit terrein vooral gebruikt door langparkeerders.

2.4 Bestemmingsplan Centrum 2009

Eén van de doelen van het bestemmingsplan Centrum 2009 is de ruimtelijke verdichting en

optimalisering van het winkelapparaat door het op gang brengen van een concentratieproces. Het bestemmingsplan wil de mogelijkheid bieden tot intensivering in het concentratiegebied Hoofdstraat, tussen Groeneweg-Kluisstraat en Akkerstraat.

Intensivering van het winkelapparaat dient uitsluitend betrekking te hebben op die delen van de Hoofdstraat en de Markt waar de winkelconcentratie reeds het sterkst is. Dit is een goed beloopbaar gebied dat door de juiste inrichting als een eenheid te beleven is. Buiten het kernwinkelgebied dient nieuwvestiging van winkels te worden voorkomen*.

In het bestemmingsplan Centrum 2009 zijn drie te ontwikkelen locaties opgenomen met de bestemming "Centrumvoorzieningen" en een nieuwe locatie voor "Verspreide voorzieningen". Binnen de bestemming op deze locaties wordt de vestiging van detailhandel mogelijk gemaakt. Deze locaties zijn:

- De Markt: Op de Markt is een plan gemaakt voor het Marktgebouw. Het

* Gemeente Schijndel (2009), Ontwerpbestemmingsplan Centrum 2009

gebouw bestaat uit meerdere units verdeeld over drie lagen met een optie voor een kelderlaag. Winkelunits komen naar verwachting voornamelijk op de begane grond. Horeca kan zowel op de begane grond als op verdieping vestigen. Ook is er ruimte voor kantoorfuncties op verdieping. Het brutovloeroppervlak van het Marktgebouw bedraagt $\pm 1.420 \text{ m}^2$ (inclusief kelder: 2.170 m^2).

- Hoek van de Hoofdstraat en Kluisstraat (kaart 3): Op deze locatie vindt reeds de ontwikkeling plaats van het Hermétage-project. Dit project voorziet in $\pm 1.400 \text{ m}^2$ bvo voor commerciële voorzieningen en 22 woningen op verdieping.
- Hoofdstraat 97 (zie kaart 3): Het terrein van de huidige vleeswarenfabriek annex rokerij wordt bestemd voor centrumvoorzieningen. Hierdoor komt $\pm 1.000 \text{ m}^2$ beschikbaar voor centrumfuncties.
- Hoek Vicaris van Alphenstraat - Kluisstraat: De voormalige bibliotheeklocatie krijgt de bestemming 'Verspreide voorziening'. Op de begane grond is ruimte voor $\pm 1.940 \text{ m}^2$ bvo aan commerciële functies. Hiervan bestaat maximaal 330 m^2 bvo uit horeca. De

overige ruimten kan worden ingericht ten behoeve van detailhandel en zakelijke dienstverlening (met baliefunctie). Op de verdieping wordt voorzien in de ontwikkeling van 34 woningen.

Op de vier genoemde locaties kan het brutovloeroppervlak voor commerciële voorzieningen in het centrum van Schijndel met maximaal $\pm 6.600 \text{ m}^2$ toenemen. Dit komt neer op $\pm 5.000 \text{ m}^2$ verkoopvloeroppervlak voor commerciële functies. Een groot deel hiervan kan worden ingevuld met detailhandel (hoofdstuk 3).

Het bestemmingsplan Centrum 2009 voorziet daarnaast in de mogelijkheid tot uitbreiding van een groot aantal bestaande panden met de bestemming centrumvoorzieningen. Hierdoor kunnen bestaande bedrijven/panden inspelen op de trend van toenemende schaalvergroting in de detailhandel.

In het volgende hoofdstuk gaan we vanuit kwantitatief en kwalitatief oogpunt in op de verruiming van het oppervlak voor detailhandel, zoals dat door het bestemmingsplan Centrum 2009 mogelijk wordt gemaakt.



Hoek Vicaris van Alphenstraat-Kluisstraat



Hermétageproject versterkt entree winkelstraat



Voor bestaande panden is uitbreiding veelal mogelijk

3 Beoordeling uitbreiding Schijndel centrum

3.1 Distributieve mogelijkheden

Distributieve mogelijkheden VGM

Het aanbod in de branche voedings- en genotmiddelen (VGM) in de kern Schijndel heeft een omvang van $\pm 7.000 \text{ m}^2$ wvo.

Het supermarktaanbod in Schijndel is met zes verschillende supermarktformules in verschillende marktsegmenten compleet. Het aanbod in voedings- en genotmiddelen bestaat verder uit meerdere versspecialzaken. Indien ook in de toekomst een compleet aanbod aanwezig is, is voor winkels in VGM een koopkrachtbinding van $\pm 95\%$ haalbaar. We gaan hierbij uit van supermarkten met een moderne omvang, waarbij er meerdere supermarkten voor het centrum behouden blijven. Het bieden van de mogelijkheid voor enige schaalvergroting van de supermarkten in het centrum (tot $\pm 1.500 \text{ m}^2$ wvo) is gewenst.

Het haalbare aandeel vreemde koopkracht (toevloeiing) is naar verwachting relatief laag.

De meest kernen rondom Schijndel (Sint-Oedenrode, Sint-Michielsgestel, Heeswijk-Dinther, Veghel, Boxtel) hebben eveneens een redelijk compleet supermarktaanbod. Het aantal inwoners in het gebied tussen Schijndel en de genoemde kernen is beperkt, waardoor de koopkrachttoevloeiing beperkt is ($\pm 15\%$).

Voor Schijndel is op termijn een beperkte uitbreidingspotentie aanwezig (0 tot 500 m^2 wvo) voor winkels in VGM. In bijlage 3 is de meer uitgebreide distributieve berekening opgenomen.

Distributieve mogelijkheden DOG

Het aanbod in duurzame en overige goederen (DOG, exclusief meubels, doe-het-zelf en tuinart.) in Schijndel heeft een omvang van $\pm 15.000 \text{ m}^2$ wvo*. Het recreatieve winkel-aanbod in de omgeving is sterk. 's-Hertogenbosch, Eindhoven en Veghel hebben een

* Dit aanbod is exclusief de kampeer- en sportwinkel De Wit: $\pm 10.500 \text{ m}^2$ wvo. Deze winkel functioneert autonoom en bedient een groot verzorgingsgebied. Dit aanbod en de koopkrachtbinding en -toevloeiing van deze winkel worden niet meegenomen in de berekening.

groter aanbod in het centrum. Een koopkrachtbinding van $\pm 60\%$, maximaal 65% van de inwoners van Schijndel aan het eigen winkelapparaat achten wij haalbaar, mits het aanbod in het centrum completer en compacter van opzet wordt. De mate waarin het centrum een aantrekkelijk winkelgebied wordt, is sterk van invloed op de haalbare binding. Vanwege het krachtenveld in de regio achten wij een koopkrachttoevloeiing van 35% maximaal haalbaar voor Schijndel. Op basis van deze uitgangspunten is op termijn voor het aanbod DOG (exclusief meubels, doe-het-zelf en tuincentra) in Schijndel $\pm 1.000 \text{ m}^2$ wvo (0 tot 2.000 m^2 wvo) uitbreiding te berekenen.

Conclusie uitbreidingspotenties

In een indicatieve berekening naar de haalbare omvang van het winkelaanbod in Schijndel ontstaat op termijn een beperkte uitbreidingspotentie (bijlage 3). De mogelijke uitbreidingsruimte kan in zijn geheel aan het centrum toegekend worden.

3.2 Kwalitatieve beoordeling locaties

De (potentiële) ontwikkelingslocaties Markt, Hoofdstraat 97 en hoek Hoofdstraat-Kluisstraat liggen allen aan de Hoofdstraat en nabij de Markt. Het bestemmingsplan Centrum 2009 maakt (gedeeltelijke) invulling met detailhandel op deze locaties mogelijk.

Detailhandel op de centrumlocaties op de Markt (Marktgebouw), Hoofdstraat 97 en op de hoek Hoofdstraat met de Kluisstraat (Hermétage) sluit goed aan op de lineaire opzet (routing) van het winkelgebied. Deze locaties dragen bij aan de versterking van de ruimtelijk economische structuur van het centrum. De onderbreking van het winkelfront aan de Hoofdstraat (nu enkelzijdige bewinkeling) wordt met de ontwikkeling op de Markt opgevuld. Een ontwikkeling met winkels op Hoofdstraat 97 versterkt ook de winkelwand in het hart van de hoofdwinkelstraat, zeker in combinatie met de geplande ontwikkeling van een parkeergarage aan de Mieke de Brefstraat. Detailhandel op de hoek Hoofdstraat-Kluisstraat versterkt de entree en zichtbaarheid van het kernwinkelgebied. De dubbelzijdige bewinkeling (verdichting) die

daarbij aan het begin van het kernwinkelgebied ontstaat, versterkt de ruimtelijk-economische structuur van het centrum van Schijndel.

De locatie hoek Kluisstraat-Vicaris van Alphenstraat ligt buiten het kernwinkelgebied, aan de rand van het aanloopgebied van de Markt. Een substantiële winkelontwikkeling op deze locatie levert geen bijdrage aan de gewenste verdichting van het winkelaanbod in het kernwinkelgebied. Een sterke winkelinvulling heeft een publieksaantrekkende werking. Wanneer de aanwezige passantenstroom in de Hoofdstraat deels langs de Markt wordt geleid/verleid, gaat dit ten koste van de passantenstroom in het noordelijk deel van de Hoofdstraat. De aanwezige consumenten worden dan over een te groot gebied verdeeld.

Deze locatie leent zich daarom meer voor een invulling met overige centrumfuncties, zoals maatschappelijke en/of commerciële publieksgerichte dienstverlening en horeca. Een beperkte invulling (tot 200 m² bvo) met detailhandel voor doelgerichte aankopen is hiernaast te overwegen. Een dergelijke

invulling leidt niet tot een ombuiging van loopstromen.

3.3 Effecten van winkelprojecten

De projecten Marktgebouw, Hoofdstraat 97 en hoek Hoofdstraat-Kluisstraat maken meer detailhandel mogelijk dan de berekende netto-uitbreidingspotentie van Schijndel. In bovenstaande projecten kan maximaal 3.800 m² bvo worden ingevuld met detailhandel. Niet alle commerciële meters op deze drie locaties zullen echter met detailhandel ingevuld (kunnen) worden. Een deel zal ingevuld worden met horeca en dienstverlening.

Door enige extra detailhandelsruimte te creëren, wordt tevens de mogelijkheid tot verplaatsing van winkelaanbod uit de aanloopgebieden geboden. Dit leidt tot concentratie van het aanbod in het centrum. De ontwikkeling van de genoemde locaties zal daarom een positief effect hebben op het functioneren van het kernwinkelgebied.

Het bestemmingsplan biedt daarnaast de mogelijkheid om bestaande panden uit te breiden. De gemiddelde omvang van de

winkelunits in het centrum van Schijndel is met $\pm 193 \text{ m}^2$ wvo van een vergelijkbaar niveau met de gemiddelde winkelomvang in centra van kernen tussen de 20.000 en 30.000 inwoners ($\pm 188 \text{ m}^2$ wvo). Per branche is de gemiddelde omvang echter zeer wisselend. In het centrum van Schijndel zijn winkels in de branches 'huishoudelijke- en cadeau-artikelen', 'planten, bloemen en dierbenodigdheden', en 'boeken, lectuur, cd en kantoorartikelen' veelal kleiner dan gemiddeld in dergelijke centra. Het is belangrijk dat in het centrum ruimte geboden wordt voor schaalvergroting van de bestaande bedrijven. Hierdoor kan in het centrum zelf ingespeeld worden op ontwikkelingen in de markt, zonder dat daarvoor nieuwe locaties ontwikkeld moeten worden. Dit bevordert het streven naar intensivering en compactheid van het kernwinkelgebied.

4 Conclusie

Het kernwinkelgebied van Schijndel heeft behoefte aan uitbreiding van het winkelaanbod. De belangrijkste redenen hiervoor zijn:

1. concentratie van het aanbod;
2. verbetering van de structuur en routing;
3. mogelijkheid tot schaalvergroting.

Om het winkelaanbod in het centrum van Schijndel te kunnen verdichten en het kernwinkelgebied compacter (minder langgerekt) te maken is een toevoeging van winkeloppervlak op strategische locaties van belang. Met deze strategische winkellocaties kan de routing en structuur in het kernwinkelgebied versterkt worden. Om te zorgen dat bestaande aanbieders goed kunnen blijven functioneren, is er daarnaast uitbreidingsruimte voor schaalvergroting nodig.

De locaties Markt, Hoofdstraat 97 en hoek Hoofdstraat-Kluisstraat maken een reële uitbreiding van het winkelaanbod in het centrum mogelijk en versterken de gewenste winkelstructuur in het centrum.

Daarnaast biedt het bestemmingsplan voor een groot aantal panden in het kernwinkelgebied de mogelijkheid tot vergroting van het winkelvloeroppervlak. Mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod in het afgebakende kernwinkelgebied is omwille van flexibiliteit en concurrentie gewenst.

De nieuwe winkelmeters zijn in te vullen met:

- nieuwe winkelvestigingen;
- verplaatsingen van winkels elders uit de kern, waaronder winkelaanbod uit de aanloopgebieden;
- schaalvergroting van bestaande aanbieders in het centrum.

De locatie hoek Kluisstraat-Vicariss van Alphenstraat wordt bij voorkeur niet of zeer beperkt ingevuld met detailhandel. Deze locatie is wel geschikt voor andere publieksgerichte centrumfuncties, zoals dienstverlening. Een sterke invulling met detailhandel leidt tot een ongewenste verschuiving van loopstromen in het centrum.

Bijlage 1 Branche-indeling detailhandel

Branchegroep	Branche
Voedings- en genotmiddelen	<ul style="list-style-type: none"> Voedings- en genotmiddelen (o.a. supermarkt, versspeciaalzaak, slijter, tabak en lectuur)
Frequent benodigde non-food	<ul style="list-style-type: none"> Persoonlijke verzorging Huishoudelijke- en cadeauartikelen Bloemen, planten, dierbenodigdheden
Modisch recreatief	<ul style="list-style-type: none"> Kleding en modeaccessoires Schoenen en lederwaren
Overig recreatief	<ul style="list-style-type: none"> Optiek, juwelier, antiek Sport en spel Hobby Boeken, lectuur, cd, kantoorartikelen Warenhuis Bruin- en witgoed Fietsen en autoaccessoires
Gerichte non-food	<ul style="list-style-type: none"> Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking) Doe-het-zelf Tuincentra
Overige detailhandel	<ul style="list-style-type: none"> Overige detailhandel (o.a. tweedehandsartikelen, souvenirs, partijgoederen)

Bijlage 2 Winkelaanbod Schijndel

	Schijndel (in m ² vvo)	Kernen van gelijke omvang
Voedings- en genotmiddelen	7.029	7.030
Frequent benodigde non-food	2.808	3.092
<i>persoonlijke verzorging</i>	1.473	1.168
<i>huishoudelijke en cadeau-artikelen</i>	814	1.008
<i>bloemen, planten, dierbenodigdheden</i>	521	916
Modisch recreatief	6.018	6.183
<i>kleding en mode-accessoires</i>	4.517	4.763
<i>schoenen en lederwaren</i>	1.501	1.420
Overig recreatief	15.830	6.572
<i>optiek, juwelier, antiek, kunst</i>	399	641
<i>sport en spel</i>	11.354	1.901
<i>hobby-artikelen</i>	142	458
<i>boeken, lectuur, cd's, kantoorartikelen</i>	736	664
<i>warenhuis</i>	1.221	916
<i>bruin- en witgoed</i>	760	1.099
<i>fietsen en autoaccessoires</i>	1.218	893
Gerichte non-food	19.822	20.816
<i>woninginrichting</i>	9.096	11.496
<i>doe-het-zelfartikelen</i>	5.626	4.992
<i>tuincentra en tuinartikelen</i>	5.100	4.328
Overige detailhandel	650	1.328
TOTAAL	52.157	45.021

* Locatus (april 2009), Retailverkenner en Winkelverkooppuntenbestand Schijndel

Bijlage 3 Distributieve mogelijkheden

Distributie planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewinkeling of uitbreidingspotenties.

Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de landelijk gemiddelde omzet in winkels per hoofd van de bevolking, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetspotentieel terecht komt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachttoevoeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m² vwo (vloerproductiviteit) een rol.

Verzorgingsgebied

De gemeente Schijndel heeft momenteel ± 22.900 inwoners (primair verzorgingsgebied) (CBS, 2009). Op basis van het gemeentelijke woningbouwprogramma gaan we uit van ± 23.500 inwoners in Schijndel in 2020 (Gemeente Schijndel, 2009).

Gemiddelde omzet per inwoner

In veel distributieplanologische berekeningen wordt uitgegaan van de bestedingen per branche. DTNP kiest ervoor te rekenen met winkels als eenheden, omdat we in de distributieplanologie de uitbreidingsruimte van winkelmeters berekenen. We maken onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen (VGM) en winkels in duurzame en overige goederen (excl. tuincentra, doe-het-zelfzaken en woninginrichtingszaken) (DOG). Winkels in voedings- en genotmiddelen bestaan uit supermarkten en versspeciaalzaken. Winkels in duurzame en overige goederen bestaan uit winkels in frequent benodigde non-food (o.a. drogisterij, huishoudelijke artikelen), modisch recreatief (o.a. kleding, lederwaren), overig recreatief (o.a. boeken, juwelier, warenhuis) en overige detailhandel (o.a. tweedehands). In de methodiek van DTNP wordt de aankoop van pannen (branche huishoudelijke artikelen) bij een supermarkt gerekend tot een besteding in winkels in voedings- en genotmiddelen en de aankoop van een Hemaworst (branche voedings- en genotmiddelen) tot een besteding in winkels in duurzame en overige goederen.

Daarnaast wordt doorgaans in distributieve berekeningen uitgegaan van gemiddelde toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking. Wij gaan uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking omdat hiervan recente gegevens beschikbaar zijn. Het verschil is dat bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking niet alleen bestedingen van consumenten zijn meegenomen maar ook bestedingen van bedrijven. In Nederland is de totale omzet van winkels in 2007 ± € 81,5 mld (exclusief BTW). Dit is een gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking van € 4.974. Hiervan wordt € 1.891 omgezet in winkels voor voedings- en genotmiddelen en € 2.276 in winkels voor duurzame en

overige goederen (zonder tuincentra, doe-het-zelfwinkels en winkels in woninginrichting). In winkels in woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra wordt per jaar gemiddeld € 807 per hoofd van de bevolking omgezet*.

Wanneer het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor voedings- en genotmiddelen is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van $\frac{1}{4}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor duurzame en overige goederen is het gebruikelijk een correctie door te voeren van $\frac{1}{2}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Schijndel 2% onder het landelijk gemiddelde ligt (CBS, 2006), gaan we uit van iets lagere omzetcijfers per inwoner. De omzet in Schijndel voor voedings- en genotmiddelen wordt bijgesteld tot € 1.880 (€ 1.891 - ($\frac{1}{4} \times 2\% \times \text{€ } 1.891$)). Voor duurzame en overige goederen corrigeren we de omzet per inwoner naar € 2.250 (€ 2.276 - ($\frac{1}{2} \times 2\% \times \text{€ } 2.276$)).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Niet alle bestedingen van inwoners van Schijndel komen terecht in Schijndel. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners van Schijndel dat terecht komt in Schijndel noemen we de koopkrachtbinding.

* DTNP (2008), Omzetkengetallen 2007, o.b.v. gegevens van CBS, CBW, HBD

Het supermarktaanbod in Schijndel is met zes verschillende supermarktformules in verschillende marktsegmenten compleet. Het aanbod in voedings- en genotmiddelen bestaat verder uit meerdere versspecialzaken. Indien in de toekomst een compleet aanbod aanwezig is voor winkels in VGM een koopkrachtbinding van 95% haalbaar. We gaan hierbij uit van supermarkten met een moderne omvang, waarbij er meerdere supermarkten (tot $\pm 1.500 \text{ m}^2$ vvo) voor het centrum worden behouden. Voor winkels in DOG (exclusief tuincentra, doe-het-zelfwinkels, winkels in woninginrichting en De Wit*) gaan we uit van een meer compleet aanbod in een compacte opzet in het centrum van Schijndel. Het centrum van Schijndel zal ook in de toekomst niet op kunnen boksen tegen omliggende centra als 's-Hertogenbosch, Eindhoven en Veghel. Deze centra hebben een sterker recreatief winkelaanbod. Een koopkrachtbinding van 65% van de inwoners van Schijndel aan het eigen winkelaanbod in DOG (exclusief tuincentra, doe-het-zelfwinkels, winkels in woninginrichting en De Wit) achten wij maximaal haalbaar.

Naast bestedingen van inwoners van de gemeente Schijndel (primair verzorgingsgebied) ontvangen de winkels in Schijndel ook bestedingen van inwoners van buiten deze gebieden. Dit aandeel binnen de totale omzet heet de koopkrachttoevloeiing.

* Dit aanbod is exclusief de kampeer- en sportwinkel De Wit: $\pm 10.500 \text{ m}^2$ vvo. Deze winkel functioneert autonoom en bedient een groot verzorgingsgebied. Dit aanbod en de koopkrachtbinding en -toevloeiing van deze winkel worden niet meegenomen in de berekening.

In de omliggende kernen Veghel, Boxtel, Sint-Oedenrode en Sint-Michielsgestel is een stevig supermarktenaanbod aanwezig. Koopkrachttoevloeiing in de VGM-sector vindt daardoor naar verwachting beperkt plaats. Voor Schijndel gaan we uit van $\pm 15\%$ koopkrachttoevloeiing voor winkels in VGM. Het recreatieve winkelaanbod in de regio is sterk (o.a. Veghel, Uden, Eindhoven, 's-Hertogenbosch). Voor de kleinere kernen met een beperkt DOG-aanbod is Schijndel (in potentie) een interessante aankoopplaats. De inwoners uit de kernen Sint-Oedenrode, Sint-Michielsgestel, Gemonde en Eerde zullen voor hun winkelaankopen voor een deel gericht zijn op het centrum van Schijndel. Wanneer het aanbod in het centrum van Schijndel versterkt wordt, achten wij koopkrachttoevloeiing van 35% voor DOG (exclusief tuincentra, doe-het-zelfwinkels, winkels in woninginrichting en De Wit) in de toekomst haalbaar.

Gemiddelde omzet per m²

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in winkels voor voedings- en genotmiddelen $\pm \text{€ } 6.760,-$ (excl. BTW). In winkels in duurzame en overige goederen (zonder tuincentra, doe-het-zelfwinkels en winkels in woninginrichting) bedraagt de gemiddelde omzet per m² $\pm \text{€ } 3.320,-$ (excl. BTW) (DTNP, 2008). Voor Schijndel (centraal in Nederland, verstedelijkt gebied) gaan wij uit van deze gemiddelde omzetten.

Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor Schijndel.

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels VGM in Schijndel in 2020

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	23.500
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 1.880
Koopkrachtbinding	95%
Koopkrachttoevloeiing	15%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 49,4 mln
Omzet/m ² (excl. BTW)	€ 6.760
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	± 7.300
Aanwezig winkelaanbod m ² wvo	± 7.000
Uitbreiding winkelaanbod m ² wvo	± 300 (0 - 500)

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels DOG (exclusief tuincentra, doe-het-zelf, woninginrichting en De Wit) in Schijndel in 2020

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	23.500
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.250
Koopkrachtbinding	65%
Koopkrachttoevloeiing	35%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 52,9 mln
Omzet/m ² (excl. BTW)	€ 3.320
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	± 16.000
Aanwezig winkelaanbod m ² wvo	± 15.000
Uitbreiding winkelaanbod m ² wvo	± 1.000 (0 - 2.000)