

Beleid perifere en
grootschalige detailhandel
Lokaal beleid gemeente Uden

Gemeente Uden

juni 2008
concept

Beleid perifere en grootschalige detailhandel Lokaal beleid gemeente Uden

dossier : X3038-01.001
registratienummer : RO-SE20080297
versie : 2

Gemeente Uden

juni 2008
concept

INHOUD

BLAD

1	AANLEIDING	2
1.1	Definities	2
1.2	Beleidscontext	3
1.3	Trends	3
2	HUIDIGE AANBOD	4
2.1	Marktruimte	5
3	DOEL EN UITGANGSPUNTEN	6
3.1	Doel	6
3.2	Uitgangspunten	6
4	LOCATIES VOOR PDV/GDV IN UDEN	8
4.1	Marktsignalen	9
4.2	Kansen en risico's per locatie	9
4.3	Conclusie locatiekeuze	11
4.4	Centrumring	11
4.5	Industrielaan	12
5	BRANCHES	14
6	UITVOERING EN VERVOLG	15
6.1	Vervolg	15
7	COLOFON	13

1 AANLEIDING

Aanleiding

Gemeente Uden wil het economisch milieu versterken. Het betreft o.a. het versterken van detailhandel in het centrum en versterken van het functioneren van bedrijventerreinen. Daarnaast is de gemeente geconfronteerd met de noodzaak tot opwaardering van de huidige woonboulevard op de Industrielaan en met een aantal initiatieven. Gemeente Uden wil gezamenlijk met de winkeliers een notitie met beleidsuitgangspunten voor detailhandel opstellen. Tijdens een aantal bijeenkomsten met gemeente en winkeliers van de woonbranche (plus doe-het-zelf en electro) is gesproken over opwaardering en uitbreiding van de woonboulevard op de Industrielaan en mogelijke andere locaties. Momenteel zijn op deze locaties (versnipperd) PDV-winkels gevestigd. De vraag is op welke wijze concentratie gewenst is. Vanuit de markt komen steeds meer signalen voor vestiging van grootschalige detailhandel in de branches sport en spel, babybenodigdheden, dierenspecialzaken, electronica en leisure. Gemeente Uden kan de regie houden door duidelijkheid te scheppen over mogelijke locaties voor deze en andere branches.

Consultatie ondernemers

Tijdens een aantal bijeenkomsten met pdv-ers gevestigd in Uden is gesproken over mogelijke verplaatsing en de invulling van de leegkomende locaties. Afgesproken is dat gemeente Uden het lokale PDV/GDV beleid uitwerkt en dit voorlegt aan de ondernemers. Dit document is hier het resultaat van. Daarnaast is afgesproken dat de mogelijke locatie-ontwikkelingen op een projectmatige manier gezamenlijk met gemeente en marktpartijen wordt opgepakt. De vereniging Uden Woonstad, bundelt de krachten van diverse woonwinkels uit Uden en promoten het woonwinkelen in Uden. Ook voor deze partij is het van belang dat deze sector sterk vertegenwoordigd blijft in Uden. In hoofdstuk 3 wordt er verder ingegaan op de wensen en inzichten van marktpartijen.

Regionale detailhandelsvisie

Momenteel wordt de regionale visie perifere en grootschalige detailhandel (PDV/GDV) voor de gemeenten Veghel, Uden, Schijndel in opdracht van het Intergemeentelijk Bureau Economie (IBE) opgesteld. Hierin worden afspraken gemaakt over locaties en nieuwe aanvragen van PDV/GDV. In het volgende hoofdstuk leest u hier meer over. Het lokale beleid is een invulling van het voorgestelde regionale beleid.

1.1 Definities

Er zijn verschillende betekenissen te geven aan grootschalige en perifere detailhandel. In dit document worden de volgende definities gehanteerd:

PDV (perifere detailhandelsvestigingen):

Detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in volumineuze artikelen. Hieronder wordt verstaan ABC-goederen (auto's, boten, caravans), tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keukens, sanitair en woninginrichting. Deze definitie volgt het landelijke beleid.

GDV (grootschalige detailhandelsvestiging):

Het betreft winkels met een minimum omvang van 1.500 m². Voor GDV geldt geen branchebeperking.

Alle overige gehanteerde definities worden in bijlage 4 toegelicht.

1.2 Beleidscontext

In Uden is met name voor perifere en grootschalige detailhandel behoefte aan beleid. Hierbij moet rekening gehouden worden met landelijk, provinciaal en lokaal vigerend beleid. De grondslagen van het landelijke detailhandelsbeleid zijn met de Nota Ruimte gewijzigd. Door de Nota Ruimte is er meer mogelijk voor detailhandel op perifere locaties zoals bedrijventerreinen. Perifere detailhandelsvestigingen mogen perifeer vestigen, maar alleen indien aangetoond wordt dat het accommoderen van grootschalige winkelformules in of aan de rand van binnensteden niet mogelijk is. Gemeenten en regio hebben een grote regierol en dienen in hun beleid duidelijkheid te geven over branchering en aantal meters, nu dit op landelijk niveau minder stringent gereguleerd is. Ook is er voor grootschalige detailhandel meer mogelijk. Landelijk en provinciaal beleid op het gebied van detailhandel geven de kaders aan voor Uden. In bijlage 1 treft u een korte samenvatting van de Nota Ruimte en het beleid van provincie Noord-Brabant. Daarnaast wordt er momenteel regionaal beleid geformuleerd voor perifere en grootschalige detailhandel in Uden, Veghel en Schijndel. Het lokale PDV/GDV beleid van Uden zal hierin geïntegreerd worden.

Regionaal beleid

Het regionale beleid dat in opdracht van de gemeenten Veghel, Uden en Schijndel momenteel ontwikkeld wordt, geeft het kader weer waarbinnen regionaal om wordt gegaan met grootschalige en perifere detailhandel. Hierbij wordt rekening gehouden met de vastgestelde Concentratiepuntennota gemeente Uden en Veghel waarin de volgende punten vastgesteld zijn:

- Kansen verkennen voor thematische invulling op de locatie Poort van Veghel
- Lokaal en regionaal verzorgende PDV op de locatie Poort van Veghel
- Inzetten op ontwikkeling van een sterke regionale woonboulevard op de Industrielaan in Uden

Doelstelling van het regionale beleid is: het is samenspraak met betrokken partijen vaststellen van een gedragen detailhandelsbeleid inclusief actieplan voor perifere en grootschalige detailhandel in de stedelijke regio Uden, Veghel, Schijndel. Dit beleid dient een oplossingskader te bieden waarbinnen deze stedelijke regio adequaat kan inspelen op trends binnen de detailhandel(structuur) zoals GDV, meer interesse voor perifere locaties en branchevervaging.

Regionale afstemming wordt als een van de instrumenten voorgesteld. De regionale visie is nog niet in concept opgeleverd, dit wordt momenteel aangepast door adviesbureau DtnP. De lijn dit gevolgd wordt past binnen eerdere standpunten van gemeente Uden en dit voorstel voor beleid.

Lokaal beleid

Een detailhandelsstructuurvisie voor gemeente Uden ontbreekt. De beleidslijnen zijn o.a. omschreven in de volgende documenten:

- Distributieplanologische toets Centrum West (DTB, 2006)
- Visie op de supermarkt structuur kern Uden (BRO, 2005)
- Perspectief woonbranche Uden (gedeeltelijk centrum)

1.3 Trends

De detailhandel verandert, diverse trends hebben invloed op de wijze waarop we de komende jaren zullen winkelen. Enkele van de meest in het oogspringende trends:

- Consumentenbestedingen in de detailhandel nemen weer toe
- Gemak en vermaak spelen een belangrijke rol in het koopgedrag van de consument
- Nederlanders worden mobieler
- Internetaankopen nemen toe
- Trend van schaalvergroting zet nog steeds door

- Opkomst van category-killers
- Perifere locaties worden steeds aantrekkelijker voor retailers

Een verdere analyse van de trends en ontwikkelingen in de detailhandel is te vinden in bijlage 2.

2 HUIDIGE AANBOD

Het centrum van Uden heeft een regionale verzorgingsfunctie voor recreatief winkelen en een groot aanbod in woonwinkels. Gemeente Uden wil als woonstad op de kaart staan en wil gezamenlijk met de winkeliers deze sector versterken. Ook wordt de positie van het centrum versterkt met de realisatie van het Masterplan.

Met o.a. de uitbreiding van het centrum en de verbetering van de openbare ruimte wordt de aantrekkelijkheid van de sterke regionaal verzorgende kern vergroot. Een aantal woonwinkels en elektronica zaken is rondom het centrum en aan invalswegen gevestigd. Ook zijn er nog beperkte ontwikkelingsmogelijkheden in de schil van het centrum. Op de Industrielaan is het aanbod geconcentreerd gevestigd.

Binnen gemeente Uden zijn 643 verkooppunten te vinden. De totale winkelvloeroppervlakte is als volgt verdeeld over de kernen¹:

Woonplaats	Totaal WVO in m ²
Odiliapeel	2109
Uden	132841
Volkel	7041
Totaal gemeente Uden	141991

Tabel 1: winkelvloeroppervlakte in m² gemeente Uden

Een onderverdeling naar winkelgebieden binnen de kern geeft het volgende beeld:

Winkelgebied	Totaal WVO in m ²	Totaal VKP	Leegstand	Leegstand VKP
Centrum Uden	56280	328	3114	25
Drossaard	2346	16	54	1
Muziekpln	1160	6	80	1
Bitswyk	1700	7	0	0
Industrielaan	29682	17	3688	2
Overig bedrijfsterrein	18545	57	975	2
Buiten bebouwde kom	1052	15	0	0
Overig bebouwde kom	22076	125	1477	9

Tabel 2: aantal m² winkelvloeroppervlakte (WVO) en aantal verkooppunten (VKP) kern Uden¹

¹ Bron : Locatus maart 2008

De kern Uden heeft duidelijk het grootste aanbod. De hoofdpunten van de inventarisatie van het aanbod zijn:

- Uden heeft een zeer ruim winkelaanbod, ook in het doelgerichte segment
- Behalve omvangrijk is er ook veel verspreide bewinkeling (wel een grote concentratie op de Industrielaan)
- Het percentage leegstand in Uden is laag te noemen, behalve op de Industrielaan. Dit wijst op onbalans en/of knelpunten in de attractiviteit van de Industrielaan
- Verschillende typen locaties in Uden;
 - centrumrandlocaties aan aanvoerroutes,
 - bedrijventerreinmilieu,
 - entreegebieden op kop aanvoerroutes

In bijlage 3 wordt een overzicht gegeven van het aanbod per branche per winkelgebied in winkelvloeroppervlakte en aantal m². Hieruit wordt duidelijk dat de grootste concentratie voor perifere en grootschalige detailhandel op de Industrielaan en op de centrumring gevestigd is.

2.1 Marktruimte

Uit het regionale onderzoek blijkt dat de marktruimte voor perifere en grootschalige detailhandel beperkt is. Ook eerder onderzoek geeft dit aan. Een quickscan bevestigt dit beeld voor de regio.

Op basis van beschikbare rapporten over Uden, landelijke normgegevens (HBD, Bolt, CBS) en ervaringscijfers van DHV zijn berekeningen gemaakt van de huidige marktruimte. Het inwonertal van gemeente Uden in 2008 is 40.900 (bron: gemeente Uden). De kern van Uden telt in 2015 naar verwachting 36.115 inwoners (Bron: gemeente Uden). De marktruimte voor de niet-dagelijkse sector totaal (recreatief en doelgericht) is te verwaarlozen bij realisatie van Centrum West. (zie ook onderzoek DtnP, DPO centrum west). Doordat er geen (recente) koopstroomgegevens per branche beschikbaar zijn, is het niet mogelijk een onderverdeling per sector te maken.

Gezien de geringe marktruimte en de ontwikkelingen in de directe regio (o.a. Poort van Veghel) is het belangrijk om in te zetten op kwaliteit en optimalisatie. Clustering, vervanging en verplaatsing van huidige vestigingen en investeren in aanwezige winkelclusters zorgt voor versterking van de positie van Uden in de markt.

3 DOEL EN UITGANGSPUNTEN

Signalen uit de markt

Uit de diverse gesprekken met ondernemers en vastgoedeigenaren van de winkelmarkt in Uden komen de volgende locatiewensen naar voren:

- kiezen voor kwaliteit en klantenherkomst
- clustering koppelen aan verschillende segmenten en doelgroepen
- concept woonboulevard herijken
- zichtlocatie in combinatie met bereikbaarheid, parkeren en (huur)prijs zijn belangrijke locatiefactoren

In de doelstelling en het voorgestelde beleid van gemeente Uden is hier zo veel mogelijk rekening mee gehouden.

Ruimte voor de marktdynamiek

Gemeente Uden wil de detailhandel meer de mogelijkheid bieden haar behoeften te realiseren en kan hierin bijvoorbeeld faciliteren door het loslaten van de branches op PDV-locaties. Een verruiming van PDV-branches met GDV-branches (onder voorwaarden) zal ook de ondernemer in de bestaande reguliere winkelcentra stimuleren tot het geven van extra impulsen en het treffen van innovatieve maatregelen, wat de kwaliteit van de bestaande centra ten goede komt. Ook wil gemeente Uden ruimte kunnen bieden, waar die in omliggende gemeenten of gebieden ook wordt geboden, om koopkrachtafvloeiing en daarmee afkalving van het draagvlak te voorkomen.

3.1 Doel

De doelstelling van het beleid voor PDV/GDV in Uden: de gemeente streeft naar het op een verantwoorde wijze faciliteren van de dynamiek in de detailhandel én het versterken van de huidige – fijnmazige-detailhandelstructuur. Evenwicht zoeken tussen het bestaande aanbod en nieuwe ontwikkelingen is daarom noodzakelijk.

Aan de hand hiervan zijn een aantal hoofddoelen gedefinieerd:

- Een goede consumentenverzorging: het bieden van een zo uitgebreid, gevarieerd en attractief mogelijk detailhandelsaanbod. Het aanbod van detailhandel is een belangrijke factor als het gaat om de leefbaarheid van een regio;
- Het juiste winkelbedrijf moet op de juiste plek: de vestiging van detailhandel moet plaatsvinden op de geschikte locaties. Het biedt duidelijkheid voor de consument gelet op zijn aankoopgedrag, biedt aanknopingspunten voor strategie en investeringen van ondernemingen, biedt mogelijkheden voor elkaar versterkende effecten en maakt onderlinge afstemming mogelijk;
- Bevorderen van de dynamiek: het ruimtelijk en functioneel faciliteren van vernieuwende ontwikkelingen in de detailhandel, binnen de gestelde kaders.

3.2 Uitgangspunten

Bovenstaande geformuleerde hoofddoelen zijn uitgewerkt naar uitgangspunten voor het PDV/GDV-beleid:

- Samenhang en complementariteit van winkelgebieden staat centraal;
- Streven naar ruimtelijke concentratie van winkelgebieden;
- Inzetten op de bestaande winkelstructuur;

- Schaalvergroting op de juiste plek accommoderen;
- Geen solitaire vestiging van grote winkels;
- Tegengaan branchevervaging en ongewenste transformatie van winkelgebieden
- Zekere mate van sturing op branches is nodig.
- GDV onder verschillende voorwaarden toestaan op een bepaald aantal locaties;
- Food en dagelijkse artikelen' worden uitgesloten op (perifere) GDV- locaties.

Uitgangpunt voor het lokale beleid van gemeente is:

Versterking van de regionale centrumfunctie voor inwoners Uden en regio om positie te behouden t.o.v. grotere centra in de regio. De ambitie hierbij is zowel het versterken van Industrielaan en als de mogelijkheden voor grootschalige detailhandel op de centrumring. Dit vereist actief beleid. Concreet betekent dit het creëren van ruimte binnen de concentratie Industrielaan en stimulerend bereikbaarheids- en parkeerbeleid voor deze gebieden.

Clustering van detailhandel en voorzieningen is een leidend principe. Nieuwe ontwikkelingen t.a.v. grootschalige detailhandels- en leisurevestigingen vinden bij voorkeur ín, of aansluitend óp, bestaande clusters plaats.

4 LOCATIES VOOR PDV/GDV IN UDEN

Zoals eerder duidelijk werd, is er een aantal perifere detailhandelslocaties binnen de kern Uden te onderscheiden die herkenbaar zijn en waar grotere aanbieders (> 1.500 m²) gevestigd zijn. Er zijn hierbij in de bijeenkomsten met ondernemers en ambtenaren verschillende locatietypen onderscheiden:

- Centrum en centrumrand
- Industrielaan – bedrijventerrein
- Entree locatie (Ben van Dijk)
- Uden Noord



Figuur 1: Potentiële locaties voor PDV/GDV in Uden

4.1 Marktsignalen

Het midden en lagere marktsegment hebben andere wensen dan het hogere segment. Clustering, bereikbaarheid en “traffic” is van belang voor deze eerste groep, voor het hogere segment speelt dit minder.

Clustering op Industrielaan

Woonboulevard Industrielaan is de enige cluster voor doelgerichte aankopen in de sector in-en-om-huis in Uden in met name het midden en lagere segment.

Clustering levert een aantal voordelen op:

- Koopstromen worden versterkt en gebundeld
- Klanten kunnen kijken en vergelijken
- Geeft minste hindering van publieksaantrekkende activiteiten en minder verkeersbewegingen
- Combinatiebezoek en verruiming van verblijfstijd en daarmee een direct positief effect op de bestedingen

Voor veel ondernemers zijn met name de schaalgrootte, concentratie (“alles bij elkaar”), branchemix, goede bereikbaarheid en ruime parkeermogelijkheden redenen om voor de woonboulevard als vestigingsplaats te kiezen.²

Naast deze voordelen vormen de detailhandelsvestigingen op de Industrielaan geen aaneengesloten front en zijn enigszins verspreid gevestigd. Ook is de uitstraling van het gebied niet optimaal en is er sprake van leegstand.

Hogere segment woongerelateerde winkels

Uden vormt voor het hoger woongerelateerde segment een ideale vestigingsplaats vanwege ligging, bereikbaarheid en kwaliteitsimago. Het hogere segment heeft in hoofdzaak “doel-bezoekers” en heeft de “traffic” door nabijheid van andere winkels minder nodig dan het midden- en lagere segment.

Duidelijk gepositioneerde aanbieders aan de bovenkant van de markt (hoogwaardige, vaak naamsbekende woonzaken) willen zich vaak niet vestigen op woonboulevard. De meerwaarde van woonboulevards (schaalgrootte, concentratie van aanbieders, bereikbaarheid en parkeren) weegt voor hen niet op tegen het gebrek aan onderscheidend vermogen. (Bron: HBD).

In Uden speelt dit ook: Romantovich heeft aangegeven zich elders te willen vestigen, de Industrielaan heeft nu niet de juiste uitstraling. Ook zijn diverse woonwinkels rondom het centrum gevestigd.

4.2 Kansen en risico's per locatie

In het algemeen geldt dat clustering van detailhandelsfuncties positief is voor het functioneren. De consument heeft gemak van veel aanbod bij elkaar (keuzemogelijkheden) en de bedrijven kunnen profiteren van elkaars aantrekkingskracht, gezamenlijke promotie en gezamenlijke parkeerfaciliteiten. Toch geldt dit niet voor alle ondernemers in Uden als het gaat om de Industrielaan, zo blijkt uit de gesprekken. Bereikbaarheid, zichtbaarheid, uitstraling, m² prijs (huur of koop) en parkeermogelijkheden zijn hierbij ook belangrijk.

² Bron: HBD Woonboulevards; huidige positie en toekomstperspectief

In onderstaande tabel zijn per PDV/GDV locatie in Uden de kansen en risico's weergegeven die uit de analyse en gesprekken naar voren zijn gekomen.

Locatie	Kansen	Risico's
Centrum en centrumrand	<ul style="list-style-type: none"> • Trekkers aanwezig in hoogwaardig segment: kwaliteit i.p.v. kwantiteit • Divers aanbod • Trekkkracht van centrum, centrumomgeving • Hoogwaardige uitstraling • Ontwikkellocaties beschikbaar • Partijen in gesprek over mogelijkheden 	<ul style="list-style-type: none"> • Parkeermogelijkheden • Zicht en bereikbaarheid • Prijsniveau
Industrielaan – bedrijventerrein	<ul style="list-style-type: none"> • Divers en groot aanbod in PDV/GDV, o.a. automotive • Concentratie doelgericht en volumineus • Partijen in gesprek over mogelijkheden • Parkeermogelijkheden • Zichtbaarheid en bekendheid cluster wordt vergroot, partijen willen • Belang compactheid en samenhang wordt ingezien: aantal bedrijven willen verplaatsen (GAMMA) • Concept versterking mogelijk: thematisering etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gedateerde woonboulevard • Uitstraling moet verbeterd worden • Verspreiding dient ingeperkt te worden: verplaatsing is kostbaar • Zicht- en bereikbaarheid • Concurrentie in regio • Barrière werking Industrielaan
Entree locatie (Ben van Dijk)	<ul style="list-style-type: none"> • Zichtbaarheid en bereikbaarheid locatie • Entreelocatie 	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinschalig, solitaire functies zonder samenhang • Verouderd vastgoed • Weinig fysieke ontwikkelmogelijkheden • Nabijheid woningen • Bestemmingsplan laat weinig toe • Verblijfskwaliteit laag • Prijs m²
Entree locatie (v Lankveld)	<ul style="list-style-type: none"> • Zichtbaarheid en bereikbaarheid locatie • Entreelocatie 	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinschalig, solitair aanbod • Weinig fysieke ontwikkelmogelijkheden • Bestemmingsplan laat weinig toe • Prijs m²
Uden Noord	<ul style="list-style-type: none"> • Zichtbaarheid en bereikbaarheid locatie • Entreelocatie 	<ul style="list-style-type: none"> • Gebied voor zorggerelateerde functies, PDV/GDV alleen binnen dit thema mogelijk • Prijs m² • Past niet in gebiedsvisie en bestemmingsplan • Nieuwe locatie verzwakt aanwezige aanbod, verplaatsing is kostbaar en niet altijd haalbaar

Tabel 3: kansen en risico's per locatie

4.3 Conclusie locatiekeuze

Om het huidige aanbod te versterken en kwaliteit voor Uden te waarborgen is gekozen voor locatiebeleid dat zich richt op de Centrumring en Industrielaan voor PDV/GDV. Gezien de marktruimte en de positie van Uden binnen de regio is optimalisatie van de huidige clusters noodzakelijk. Deze locaties bieden kansen, gezamenlijke actie van gemeente en ondernemers zorgt voor versterking en behoud van de positie die Uden heeft op woongerelateerd winkelen en andere PDV/GDV branches.

Bestaande vestigingen op (solitaire) perifere locaties kunnen blijven bestaan, uitbreiding met nieuwe grootschalige of perifere winkels is echter niet mogelijk op deze locaties.

Uit de gesprekken blijkt dat marktpartijen deze insteek voor Uden ondersteunen met de volgende aandachtspunten:

- Concentraties dienen conceptueel versterkt te worden, met aandachtspunten per locatie
- Niet alle deelnemers willen een scheiding in hoogwaardig en midden/lagere segment

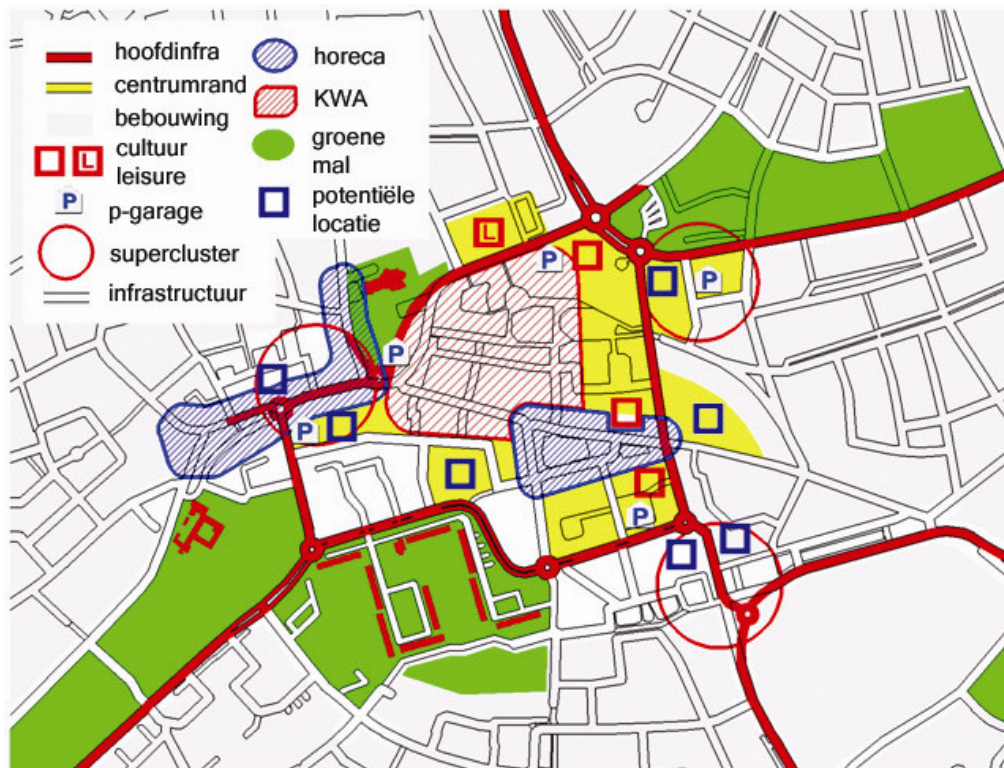
In bijlage 5 treft u de verslagen aan van de werkbijeenkomsten met marktpartijen in Uden.

In de volgende paragrafen wordt ingegaan op mogelijkheden van de locaties Centrumring en Industrielaan en worden oplossingen en acties voorgesteld.

4.4 Centrumring

Het hogere segment is goed vertegenwoordigd in de centrumrand. De grootschalige winkels zijn anchor-stores voor het centrum. Het centrum krijgt hierdoor meer trekkracht en de aanwezige grootschalige en/of woonwinkels kunnen gebruik maken van de autonome trekkracht van het regionale centrum en de daarbij horende bezoekersstromen. Verbeterpunten zijn de omgevingskwaliteit, parkeren en bereikbaarheid.

Uit onderstaande kaart blijkt dat er nog ontwikkellocaties in de centrumring aanwezig zijn voor grootschalige en perifere locaties. In samenspraak met ondernemers zal de gemeente hier invulling aan willen geven.



Figuur 2: Potentiële locaties in centrumrand

Acties

- Gemeente kan sturend optreden om hoogwaardige detailhandel die niet in het centrum past op de centrumrand te faciliteren (bijvoorbeeld meubels, ambacht, woninginrichting)
- Bij invulling potentiële locaties relatie met detailhandel nadrukkelijk inbrengen
- Bijvoorbeeld voor Kastanjeweg: ideeën om aan de noord- en zuidzijde een supermarktcluster en in het midden een lifestylecluster te realiseren verder uitwerken
- Partijen zijn met de gemeente en elkaar in gesprek over mogelijkheden: gebruik dit platform om gezamenlijk tot oplossingen te komen voor parkeren en bereikbaarheid
- Marketing en promotie verder optuigen, bijvoorbeeld in combinatie met centrummanagement

4.5 Industrielaan

Op de Industrielaan is het midden- en lager segment van de doelgerichte branches wonen en doe-het-zelf goed vertegenwoordigd. De Industrielaan is aan twee kanten ingevuld met doelgerichte winkels, enigszins verspreid over het gebied (ook in zijstraten). Ook zijn hier een aantal garages en autodealers gevestigd. In bijlage 7 wordt een overzicht gegeven van het aanbod in consumentgerichte branches op de Industrielaan.

Consumentgerichte grootschalige bedrijvigheid

De Industrielaan is gezien haar huidige functionaliteit, het huidige aanbod, de ruimtelijke mogelijkheden en bekendheid de juiste plek voor detailhandel die niet in het centrum gevestigd kan zijn. De uitstraling is matig en de verkeersintensiteit, verspreide bewinkeling en doorkruising van de brede Industrielaan zijn echter aandachtspunten. Ook profilering van het gebied is van belang. Voor de consument moet het duidelijk zijn dat de Industrielaan de plek is om te slagen voor doelgerichte, grootschalige detailhandel. De mogelijkheden voor de verschillende sectoren worden kort benoemd, vervolgens wordt ingegaan op de ruimtelijke en overige verbetermogelijkheden.

Woongerelateerd

Er dient ingezet te worden op de aantrekkelijkheid van de Industrielaan voor de consumenten uit de gemeente en regio om hen te trekken en behouden. De aanwezige clusters in de regio (Den Bosch, Eindhoven, Veghel) hebben duidelijk hun kwaliteiten ten opzichte van de Industrielaan als het gaat om grootte, ligging, bereikbaarheid, en verzorgingsgebied. Het is daarom noodzakelijk om de onderscheidend te zijn naar signatuur, thema en concept als het gaat om woongerelateerd aanbod.

Doe-het-zelf en tuincentra zijn hierbij aanpalende branches die prima passen op de Industrielaan. De vestigingsmogelijkheden voor andere branches is in het volgende hoofdstuk uitgewerkt. Voor Industrielaan geldt: conceptversteving. De winkels moeten in de ogen van de consument "logisch" aan het concept gelinkt kunnen worden. Aanverwante branches dienen een toevoeging te zijn voor het concept.

Automotive

Er zijn diverse garages, dealers en verkopers van auto-onderdelen en – accessoires gevestigd op de Industrielaan. Gemeente Uden wil detailhandel in de branche automotive meer clusteren. Om tot goede locatieafwegingen te komen wordt hiervoor eerst een korte notitie met de mogelijkheden voor Uden gepresenteerd. Een van de mogelijkheden is de Industrielaan. Vervolgens kan een structureel overleg met belanghebbenden uit deze branche opgestart worden zodat ingezet wordt op verbetering van de locaties voor deze specifieke branche. Dit zal in een aparte notitie uitgewerkt worden.

Tweezijdigheid

Momenteel is de consumentgerichte grootschalige bedrijvigheid verspreid en aan beide zijden van de Industrielaan gevestigd. De Industrielaan heeft een barrière werking en verkleint de aantrekkelijkheid van het gebied. Vanwege de vastgoedinvesteringen die aan beide zijde gedaan zijn is het onwaarschijnlijk dat de bewinkeling aan een zijde geconcentreerd kan worden. Segmentering in branches is wel noodzakelijk en realiseerbaar. Concentratie en clustering dient met de ondernemers en gemeente verder uitgewerkt te worden. Maatregelen in de openbare ruimte en het vastgoed creëren een meer eenduidige uitstraling.

Acties

De volgende punten dienen voor het gebied verder uitgewerkt te worden:

- functionele indeling: samenhang aanbod creëren, inrichting openbaar gebied (compactheid), barrière werking Industrielaan
- concentreren en versterken van het aanwezige aanbod
- verbeteren van het verblijfsklimaat en uitstraling
- duidelijke profilering, inzetten op thematisering
- samenwerking en collectieve locatiemarketing (gezamenlijke promotie)
- Mogelijkheden onderzoeken voor gewenste aanvulling in de vorm van daghoreca
- Segmentatie bevorderen
- Zicht- en bereikbaarheid verbeteren
- Verspreiding dient ingeperkt te worden: verplaatsing is kostbaar
- Uitwerking nieuw concept voor woonboulevard

5 BRANCHES

Bij grotere winkels (> 1.500 m²) is inpassing in het centrum van Uden steeds moeilijker. Als vestiging in dit hoofdwinkelcentrum niet mogelijk is ontstaat vaak discussie over vestiging op perifere locaties. Nieuwe ontwikkelingen zullen zoveel mogelijk hun plaats krijgen in bestaande centra. Kan dit niet, dan zijn de centrumring en Industrielaan als perifere locaties onder voorwaarden beschikbaar voor grootschalige voorzieningen (GDV).

Automotive

Van oudsher zijn winkels voor auto's, boten, caravans in de periferie toegestaan. In Uden is deze branche enigszins verspreid gevestigd. Voor het nieuw uit te geven bedrijventerrein Hoogveld-Zuid zijn er aanvragen voor vestiging binnengekomen. Vestiging op bedrijventerrein Goorkens en Hoogveld zijn in principe uitgesloten. Gemeente Uden wil detailhandel in de branche automotive meer clusteren. Om tot goede locatieafwegingen te komen wordt hiervoor eerst een korte notitie met de mogelijkheden voor Uden gepresenteerd. Een van de mogelijkheden is de Industrielaan. Vervolgens kan een structureel overleg met belanghebbenden uit deze branche opgestart worden zodat ingezet wordt op verbetering van de locaties voor deze specifieke branche. Dit zal in een aparte notitie uitgewerkt worden. In deze notitie wordt ook kort ingegaan op verplaatsingsgevallen van autobedrijven die t.g.v. andere ontwikkelingen weg zouden willen/moeten.

Overzicht vestigingsmogelijkheden per branche

Voor de indeling van grootschalige winkels en de wenselijke vestigingslocatie wordt de onderstaande indeling voorgesteld. Voor grootschalige nieuwe vestigingen (> 1.500 m²) gelden de volgende vestigingsmogelijkheden buiten het hoofdwinkelgebied:

Branche	Vestigingsmogelijkheid
Electro, sport & spel, bruin- & witgoed	Centrumring is primair het vestigingsgebied. Indien geen fysieke ruimte beschikbaar is, is Industrielaan tweede vestigingslocatie
Woninginrichting	Centrumring of Industrielaan
Doe-het-zelf, tuin	Industrielaan
Food en dagelijkse artikelen	In/aansluitend aan bestaande (wijkwinkel)centra, niet solitair, niet op Industrielaan of bedrijventerrein mogelijk (obv supermarktnotitie)
Mode, schoenen en warenhuizen	Centrum, in/aansluitend aan bestaande clusters aan niet op Industrielaan mogelijk
Automotive	Industrielaan en verdere mogelijkheden worden nog onderzocht

Tabel 4: Vestigingsmogelijkheden per branche

Uitbreiding bestaande vestigingen

Per aanvraag worden de consequenties bekeken, dit is maatwerk. Structuurversterking of –verstoring, verkeersaantrekkende werking, parkeren, bevoorrading en andere ruimtelijke aspecten worden hierbij meegenomen.

6 UITVOERING EN VERVOLG

Het GDV/PDV beleid bepaalt de richting voor de ontwikkelingen aan de Industrielaan, centrumring en overige perifere locaties. Bovenstaande beleidsuitgangspunten dienen uitgewerkt te worden in/middels:

- Bestemmingsplannen
- Artikel 19 procedures
- Grondaankopen
- Brancheringscommissie

In bijlage 6 wordt een overzicht gegeven van instrumenten die de gemeente kan inzetten om gewenste ontwikkelingen in de detailhandelsstructuur mogelijk te maken en ongewenste ontwikkelingen te voorkomen. Deze instrumenten kunnen worden ingezet als het onderhavige beleid is vastgesteld.

6.1 Vervolg

De gemeente heeft de regierol en kan voorwaardenscheppend optreden. Aanjagen, partijen bij elkaar brengen en beheren zijn hier onderdeel van. Marktpartijen investeren uiteindelijk in de gewenste ontwikkeling nadat de gemeente voorwaarden heeft geschept en duidelijkheid heeft gegeven door het te voeren beleid vast te stellen.

Tijdens de laatste vergadering van marktpartijen en gemeente (mei 2008) is afgesproken dat de locaties Industrielaan en Centrumring op projectmatige manier worden opgepakt in twee projectgroepen. Deze groepen bestaan uit de deelnemers van deze vergadering, aangevuld met ambtenaren en ontwikkelende partijen. Hierbij komen de verschillende locatiele eisen en verbeteringen aan bod en wordt een concreet plan van aanpak gemaakt. Gemeente Uden coördineert deze twee groepen. De twee groepen komen met een Plan van Aanpak maar zijn vooral uitvoeringsgericht.

Deze aanpak voor locatieontwikkeling dient vervolgens geformaliseerd te worden door vaststelling van het college van B&W. Maar eerst dient het voorliggende lokale beleid voor perifere en grootschalige detailhandel als basis vastgesteld te worden door B&W. Inzet van instrumenten voor gemeente om beleid goed uit te kunnen voeren maakt hier onderdeel van uit.

Bijlage 1

Rijksbeleid: Nota Ruimte

In de Nota Ruimte wordt het locatiebeleid voor voorzieningen en bedrijven gedecentraliseerd naar provincies en regio's. Het uitgangspunt blijft echter dat nieuwe vestigingslocaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelstructuur. Het rijksbeleid biedt geen mogelijkheid om te brancheren in bestemmingsplannen, met uitzondering van de traditionele PDV branches (zie bovengenoemde definitie). De komst van de nieuwe Wet Ruimtelijke Ordening en Besluit Ruimtelijke Ordening in medio 2008 kan de mogelijkheid om te brancheren vergroten, maar er zal wel sprake moeten zijn van ruimtelijke relevantie.

Provinciaal beleid: streekplan

Detailhandel is volgens de provincie goed inpasbaar in een woonmilieu of gemengd milieu en wordt in het algemeen geweerd op bedrijventerreinen. Een aantal specifieke branches (PDV, o.a. auto's boten caravans, tuincentra, wonen, doe-het-zelf) mogen buiten de bestaande of nieuw te ontwikkelen winkelconcentratiegebieden vestigen. Grootschalige detailhandel met een minimale omvang van 1500 m² is alleen toegestaan in stedelijke regio's.

Uitgangspunten beleid perifere locaties

De markt voor detailhandel is dynamisch. Ook in de stedelijke regio Uden - Veghel komen er steeds vaker aanvragen binnen voor grootschalige detailhandel op bedrijventerreinen. Deze regio is op zoek naar een helder beleidskader waarbinnen men kan handelen, incl. instrumenten. Het gaat erom dat de goede afweging gemaakt kan worden: de juiste plek voor de verschillende soorten perifere en grootschalige detailhandel met middelen om de regie te houden en dit te sturen. Het huidige beleid geeft onvoldoende kaders. In het uiteindelijke beleid voor perifere locaties moeten duidelijke beleidsuitspraken worden gedaan over locaties, branchering, afstemming met de binnenstad, thematisering, clustering en instrumenten voor stedelijke regio en/of gemeente. Uitgangspunt is dat beleid voor detailhandel op perifere locaties de detailhandelsstructuur van zowel Uden als Veghel en in samenhang versterkt. Door het beleid in samenspraak met betrokken partijen op te stellen kan een gedragen beleidvisie worden vastgesteld.

Bijlage 2

Grilligheid kenmerkt de consument van nu en van de toekomst. Andere vormen van samenleven, consumeren en beleven hebben duidelijk hun weerslag op het gedrag van de consument. Als gevolg van maatschappelijke ontwikkelingen (arbeidsparticipatie, vergrijzing, verkleuring, huishoudengroote) is er sprake van een sterke ontwikkeling in termen van 'momentconsumentisme'. Het ruimtelijk koopgedrag van de consument laat zich vertalen in termen van 'gemak' en 'vermaak'. Gemak betekent daarbij alles wat je nodig hebt ruimtelijk geconcentreerd is, met als kernwoorden efficiëntie en bereikbaarheid (doelgericht aankopen en boodschappen doen). Bij vermaak gaat het meer om de sfeer en de beleving (recreatief winkelen als vorm van vrije tijd besteding, jezelf verwennen). De huidige trend in vermaak is dat de consument niet alleen winkelen wil beleven, maar tevens inspiratie opdoet en aangezet wordt tot beleving. Voor de Nederlandse steden – vooral binnensteden - betekent dit de opgave 'het nuttige' (gemak) samen met 'het aangename' (vermaak) aan te bieden om inwoners, consumenten en bezoekers te bedienen, boeien en binden. Het is de consument die in toenemende mate 'momentgebonden' bepaalt wat, wanneer en waar hij bezoekt, beleeft en koopt.

De detailhandel probeert in te springen op de wensen van de consumenten door nieuwe concepten te ontwikkelen. Dit betekent dat er voor de gemeenten een opgave ligt waarbij ze creatief met de detailhandelsstructuur moeten omgaan.

Enkele belangrijke trends en concepten

1. Schaaldiversiteit binnenstad

Schaaldiversiteit (schaalvergroting en –verkleining) in de binnenstedelijke context kan tweeledig worden uitgelegd. Namelijk functioneel in voldoende omvang en diversiteit van het totale aanbod en in fysieke zin een voldoende mixture van kleine, grotere en grote panden. Schaalvergroting in de Nederlandse binnenstad bestaat uit winkels in de grootte van 300-700 m² (bijv. Douglas, Perry Sport en Esprit) tot en met 2.000 m² in de schil van de binnenstad (bijv. Mediamarkt). Schaalverkleining voorziet vooral in de behoefte van de consument aan speciaalzaken (uniek verkoop product) als Rituals. Beide aspecten bepalen de attractiviteit en dynamiek van de binnenstad. Het Boreel in Deventer is een voorbeeld van schaalvergroting die toegevoegd wordt aan de binnenstad.

2. Grootschalige detailhandel

Vanuit de markt speelt schaalvergroting en belangstelling voor nieuwe locaties al een lange tijd. Branches zoals speelgoed, bruin en witgoed, sport etc. vinden steeds vaker een plek in de periferie daar waar bouwmarkten, tuincentra woonboulevards al langer te vinden zijn. Bij concentraties van traditioneel 'pdv'-aanbod en nieuwe thematische concepten (sport en wellness) gaat het om een mix van functies waarbij minimale omvang van 15.000 - 20.000 m², een sterk thema, een goede bereikbaarheid en een aantrekkelijk ingerichte omgeving nodig is om zich (boven)regionaal op een overtuigende manier te kunnen manifesteren. Bedrijven in consumentenelektronica, supermarkten, baby en kleuterbranche en sport ontwikkelen formules voor zowel centrumlocaties als perifere vestigingsplaatsen.

3. Binnenstad versus periferie

Het spanningsveld tussen binnenstad en periferie is vaak een smal evenwicht tussen structuurversterking en concurrentie. De spanning zit vooral bij die segmenten in de retail die functioneel in de binnenstad thuishoren, maar hier ruimtelijk niet inpasbaar zijn. Betekent vestiging elders een versterking of versterking

van de detailhandelstructuur? En hoe wordt omgegaan met de wisselwerking tussen binnenstad en periferie?

Centrumgebieden en binnenstad zijn nog steeds concentraties met de meeste synergie en locatievoordelen. Bereikbaarheid, fysieke ruimte en kostenniveau zijn echter vaker een bottleneck voor ondernemers en ketenbedrijven. Ondanks jarenlang restrictief beleid blijft de periferie een aantrekkelijke optie als vestigingslocatie voor veel ondernemers. Steeds meer ook in een 'twin-concept' (vestiging in binnenstad én periferie). Binnenstad en periferie zijn onderscheidende vestigingsmilieus die beiden hun voor en nadelen hebben.

4. Perifere locaties

Gemak staat centraal bij perifere locaties, consumenten willen op een goed bereikbare plek gericht hun aankopen kunnen doen en gericht kunnen vergelijken. Door het oude PDV/GDV beleid zijn veel perifere locaties in Nederland ingevuld met de traditionele PDV branches zoals wonen, tuin en doe/het/zelf. De laatste jaren oriënteren winkels in het lage segment zich steeds meer op perifere locaties.

5. Thematische centra

In Nederland kennen we momenteel een aantal van deze centra zoals de factory outlet in Roosendaal, Lelystad en Roermond. Maar ook Snowworld, Dutch Water Dreams en Globe zijn hier een voorbeeld van. Hier wordt sport gecombineerd met detailhandel in de aanverwante branche (ski/snowboard en outdoor).

6. Detailhandel, horeca en leisure

Horecabezoek vindt steeds meer plaats in combinatie met andere activiteiten zoals winkelen, recreëren en sporten. Ook het aantal terrassen is toegenomen, met name in de binnensteden. Deze vervlechting van vrijetijdsbesteding wordt steeds vaker ondersteund door bijvoorbeeld het integreren van een lunchroom in een sportcomplexen, bioscopen etc. Winkelen in combinatie met horecabezoek is ook een vorm van leisure. Commerciële leisure voorzieningen zoals bioscopen, speelhallen en attractieparken blijken in de praktijk maar zeer beperkt tot combinatiebezoek met winkelen te leiden. De combinatie met horeca is sterker.

Bijlage 3

Aantal verkooppunten per groep voor de kern Uden, uitgesplitst naar locatie

Winkelgebied	Dagelijks WVO	Dagelijks VKP	Mode & Luxe WVO	Mode & Luxe VKP	Vrije Tijd WVO	Vrije Tijd VKP	In/Om Huis	In/Om Huis VKP
Bebouwde kom	1052	9	305	4	220	3	18442	25
Bedrijfsterrein	2806	3	0	0	1750	1	12199	18
Bitswyk	640	1	0	0			1030	2
Buiten bebouwde kom	137	2	0	0	600	1	75	1
Centrum Uden	5613	27	28963	103	7610	24	9905	35
Drossaard	2097	8	0	0	0	0	195	2
Industrielaan	0	0	0	0	0	0	25994	15
Muziekpln	1025	2	0	0	0	0	55	1

	Detailh Overig VKP	45-Transp & Brand	59-Leisure	65-Diensten	38-Detailh Overig
75	2	24	20	29	580
33	2	26	2	3	815
5	2	2	0	1	30
10	1	4	5	0	240
110	2	0	61	47	1075
11	6	0	4	1	0
0	0	0	0	0	0
2	0	0	2	0	0

Bijlage 4 Definities

Marktgebied:	Het gebied waarvan de omvang en koopkrachtbinding bepalend is voor de afbakening van het omzetspotentieel van de locatie. Het gebied wordt gewoonlijk in volgorde van belangrijkheid als primair en secundair onderverdeeld.
Koopkrachtorientatie:	Koopkrachtorientatie is de gerichtheid van de bevolking op de diverse winkel concentraties in de eigen woonplaats en andere winkelcentra in de omgeving. Het geeft informatie over de koopkrachtbinding en afvloeiing van de inwoners naar verschillende winkelgebieden.
Koopkrachtbinding:	De koopkrachtbinding geeft aan in welke mate de consument gebruik maakt van het winkelbestand in de eigen woonplaats.
Koopkrachtafvloeiing:	De koopkrachtafvloeiing geeft aan in hoeverre de bestedingen van de eigen inwoners afvloeien naar de winkelcentra in de omgeving.
Detailhandel	Detailhandel is het leveren van fysieke goederen voor persoonlijk gebruik aan de consument. Het is een sector die bestaat uit verschillende branches.
Perifere detailhandelsvestiging (PDV)	Detailhandelsvorm in de volgende branches: grove bouwmaterialen, brand- en explosiegevaarlijke stoffen, auto's, boten, caravans, bouwmarkten, tuincentra, woninginrichting, keukens, sanitair, fietsen. Dit zijn de branches uit het "oude" rijksbeleid inzake perifere detailhandel en die over het algemeen vanwege verkoop van volumineuze artikelen of verkoop van brand- en explosiegevaarlijke stoffen niet in de "traditionele" bestaande winkelcentra gevestigd werden.
Grootschalige detailhandelsvestiging (GDV)	Detailhandelsvestigingen die niet onder de PDV-branches vallen, maar groter zijn dan 1.500 m ² wvo per unit.
Wijkcentra groot (25-50 winkels)	Een groot wijkwinkelcentra bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentra, en heeft minder winkel dan een stadsdeelcentra. De grote groep wijkwinkelcentra kent een relatief hoog levensmiddelenaanbod. In dit type centrum treffen we vaak de landelijke bekende supermarkketens aan.
Wijkcentra klein (minder dan 25 winkels)	Deze centra hebben een specifieke ondersteunende functie. Tot een klein winkelcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 5 tot 10 winkels en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe centra gerekend met minimaal 10 tot 25 winkels. Ook in de kleine winkelcentra is de levensmiddelenbranche prominent aanwezig.
Buurtwinkelcentra	Dit zijn winkelconcentraties met minimaal 5 en maximaal 9 winkels. Daarnaast is er een supermarkt aanwezig.
WVO: Winkel vloeroppervlak	Het gaat hier om alle overdekte, voor de consument toegankelijke en zichtbare ruimte. Dit is ook de (zichtbare) ruimte achter de toonbank en de etalage, maar bijvoorbeeld niet de personeelsruimten, magazijnen en buitenverkoppen.
BVO: Bruto vloeroppervlak	Dit betreft de vloeroppervlakte van de ruimte, dan wel van meerdere ruimten van een vastgoedobject gemeten (volgens NEN 2580) op vloerniveau langs de buitenomtrek van de (buitenste) opgaande scheidingsconstructie, die de desbetreffende ruimte(n) omhullen.

Bijlage 5

Verslagen

Vergadering	: Werkbijeenkomst Uden Woonstad - Gespreksnotitie
Datum vergadering	: 7 februari 2007
Dossier	: X3038-01-001
Plaats	: gemeentehuis Uden
Datum	: 7 februari 2007
Tijd	: 09.00-11.00u
Aanwezig	: Ties van Donzel, Gert van de Buercht, Geert Kerstens, Ivo van der Wijst (vertegenwoordigers wonen/perifere bedrijfsleven) Jan Pernot (DHV) Anton Bos, Hans Joosten, Larissa Zegers, Elfi de Wit (verslag) (gemeente Uden).
Afwezig	: -

1 Doel van de werkbijeenkomst

De gemeente heeft het initiatief tot deze bijeenkomst genomen om met de partijen "uit het veld" te verkennen hoe we met elkaar de huidige positie van Uden Woonstad en daarbinnen de Woonboulevard zouden kunnen versterken. We zullen deze opgave gezamenlijk moeten aanpakken: de gemeente kan de opgave regisseren en is verantwoordelijk voor bijvoorbeeld locatiebeleid en bestemmingsplannen. Het is aan de ondernemers om zelf met initiatieven te komen en met de gemeente te bezien of deze passen in een gezamenlijk te formuleren visie.

Doel van de werkbijeenkomst is om terrein te verkennen hoe de deelnemers Uden Woonstad zien, wat de kansen en risico's zijn van de woonboulevard en of er nog andere locaties een rol spelen voor de vertegenwoordigers van het bedrijfsleven. Dus: waar staan we? En waar gaan we voor en hoe gaan we verder?

2 Uden Woonstad – kwaliteiten van Uden

Uden heeft naar de mening van Jan Pernot als Woonstad een aantal pluspunten:

- Goede bereikbaarheid (door komst van A50)
- Dynamische stad met veel meters en kwaliteit
- Ligging Uden tussen de concurrentie van grote steden

In bijlage is een opsomming opgenomen van de resultaten van een brainstormronde die de aanwezigen met elkaar gedaan hebben over sterkte, zwakte en kansen en bedreigingen voor Uden als Woonstad.

3 Typologieën bedrijvigheid

De huidige Industrielaan bevat verschillende typologieën bedrijvigheid: hoger, midden en lager segment. Dit loopt uiteen van autogerelateerde tot woongerelateerde bedrijvigheid.

Voor de aanwezige deelnemers van de werkconferentie is het type bedrijvigheid en de wensen voor vestiging elders geïnventariseerd. om een eerste beeld te krijgen van vestigingswensen van de diverse typen bedrijvigheid (zie onderstaande tabel)

Bedrijfsnaam	Type bedrijvigheid	Wensen voor locatie
Van Wooncentrum (Van Donzel)	Donzel Woongerelateerd midden segment	– Gaat weg van huidige (centrum-)locatie en zoekt locatie bij meerdere meubelzaken (wat hem betreft inclusief bruin- en witgoed); moet het hebben van “traffic”
Grando Keukens (Van der Wijst)	Woongerelateerd	Zichtlocatie Traffic: bij voorkeur aan A50 met onderscheidend pand (anders blijven zitten waar hij zit)
Praxis en bouwmarkt (Kerstens)	Woongerelateerd lager segment	– ziet meerwaarde van een concentratie van bedrijven in het lagere en midden-segment. Moet het hebben van traffic
Romantovich (Van de Buercht)	Woongerelateerd hoger segment	– heeft in hoofdzaak “doel-bezoekers” en heeft dan ook geen behoefte aan nabijheid bedrijvigheid in midden-segment; wel meerwaarde van cluster zaken hoger segment Uden vormt een ideale vestigingsplaats vanwege ligging, bereikbaarheid en kwaliteitsimago.

4 Type locaties en confrontaties

Vervolgens hebben we met elkaar een aantal mogelijke vestigingslocaties voor de meubel-, bouw- en tuinbranche in Uden verkend:

(Mogelijke) locatie	Type bedrijvigheid	Aandachtspunten
zichtlocatie nabij A50 (bv van Lankvelt of Ben van Dijk eo) <i>segmentatie</i>	Hoger segment	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Scheiding hoger en midden segment zorgt voor moeilijkheden vasthouden kwaliteit (kan de gemeente het type bedrijvigheid regisseren?).
Industrielaan <i>Concentratie</i>	Alle segmenten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eén locatie die je differentieert naar kwaliteit ▪ is locatie niet te “uitgestrekt”?
Industrielaan <i>segmentatie</i>	Midden en lager segment	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bij vertrek van de bedrijven uit het hoger segment zullen de bouwmarkten hun intrede doen op de Industrielaan. Hierdoor kan de Industrielaan een kwetsbaar gebied worden.
verspreide “entree- locaties” (zoals van Oort)	Hoger segment	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wat is de synergie? ▪ hoe past dit in locatiebeleid?

deconcentratie

centrum- en hoger segment	▪ prima combinatie met levendig centrum
centrumrand-locaties	▪ haalbaar (inpassing, parkeren, financieel)?

5 Conclusie en vervolgspraak

We constateren dat de bijeenkomst zinvol is geweest om met elkaar de thema's te benoemen en al brainstormend mogelijkheden en onmogelijkheden te verkennen. Met elkaar trekken we de conclusie dat we dit in een breder verband zouden moeten herhalen met als doel om met elkaar een visie en een strategie te bepalen. Juist deze gezamenlijke aanpak kan richting bestuur en politiek kracht uitstralen !

We spreken dan ook af dat we een tweede bijeenkomst gaan voorbereiden en organiseren om op basis van deze eerste brainstormende bijeenkomst een goede inhoudelijke dialoog te kunnen voeren.

Scenario's

Vanuit de gemeente zal een aantal scenario's opstellen die inspelen op de drie typen bedrijven:

- Bedrijven die zoeken naar een parellocatie (eigen kwaliteit)
- Bedrijven die zoeken naar een gezamenlijke kwaliteit (bij voorkeur met de parels)
- Bedrijven uit het lager en midden segment (die bij elkaar gevestigd willen zijn).

Deze zullen vervolgens worden gekoppeld aan de diverse vestigingsmilieus.

Gemeentelijke visie

In de komende weken gaat de gemeente Uden aan de slag met de scenario's en het dilemma rondom centraliseren/decentraliseren. De gemeente stemt dit beleidsinhoudelijk af op ambtelijk en bestuurlijk niveau.

Tweede werkbijeenkomst

Over twee maanden vindt een tweede werkbijeenkomst plaats met de aanwezigen van deze bijeenkomst en in ieder geval Benito van Dijk. Daarnaast bepaalt de gemeente of ook Beter Bed betrokken wordt bij de volgende werkbijeenkomst. Elfi plant deze bijeenkomst in.

Commitment

In de tweede werkbijeenkomst komen de ideeën vanuit de gemeente op tafel en zal besproken worden hoe om te gaan met commitment (vanuit provincie en politiek).

Bij verslag Brainstormsessie Uden Woonstad

Regio Uden – Den Bosch – Nijmegen - Eindhoven

- A50 is een kans, maar ook een bedreiging

Stadsregio – Uden/ Veghel

- Bereikbaarheid
- Zichtlocatie
- Voor gehele regio
- Concentratie
- Mensen die naar Uden willen komen voor het aanbod
- Uden Zuid: een entree met uitstraling
- Uden Noord: ziekenhuis centraal

Stadsniveau – Uden

- Geen traditionele woonboulevard

Centrum van Uden

- Design en beleving
- Rand van centrum
- Concentratie in centrum (centrumomgeving)
- Concentratie?
- Kwaliteit in plaats van kwantiteit
- Betrouwbaarheid
- Nieuwe ontwikkeling bij van Lankvelt
- Loslaten regelgeving volumineuze detailhandel
- Aanloopstraten → lagere huur → volumineus?
- Centrum West midden plus en plus segment
- Concentratie op één plek
- Waar liggen nog bruikbare m² voor structurele verbetering?

Industrielaan

- Woonboulevard of grote boodschap?
- Beleid t.a.v. vestiging
- Uitbreiding van perifere detailhandel met elektronica en verlichting
- Barrièrewerking Industrielaan
- Bijeenvegen ← →
- Concentratie doelgericht/volumineus
- Regionale ondernemers → eigendom of huur

Inventarisatie Industrielaan - Uden



Legenda

- Laag segment
- Midden segment
- Hoog segment
- Segment onbekend

Verslag

Vergadering	: Werkbijeenkomst Uden Woonstad
Datum vergadering	: 21 februari 2008
Dossier	: X3038-01-001
Plaats	: gemeentehuis Uden
Datum	: 21 februari 2008
Tijd	: 09.30-12.00u
Aanwezig	: Ties van Donzel, Gert van de Beurcht, Geert Kersten, Ivo van der Wijst , Benito van Dijk, Mariëlle van Dalen, Edgar Breed, Dennis van der Veen, Dorien Hoozemans (vertegenwoordigers wonen/perifere bedrijfsleven) Jan Pernot (DHV) Anton Bos, Hans Joosten, Theo Bouwmans, Caroline Rindertsma (gemeente Uden).
Afwezig	: Marnix Bakermans (wethouder Uden), Bertus Janssen (Beter Bed)

Inleiding

- Aanleiding en doel: in 2007 is deze groep 2 keer bijeengekomen. Vanwege het langere wervings- en selectieproces voor nieuwe medewerkers van gemeente Uden heeft deze bijeenkomst wat langer op zich doen wachten. De gemeente zal aan de hand van presentaties voorstellen doen. In twee sessies is een eerste slag gemaakt in koersbepaling en locatieafwegingen voor grootschalige detailhandel in Uden. Tijdens deze bijeenkomst zal gemeente Uden de hoofdlijnen voorstellen en vindt een gezamenlijke uitwerking plaats.
- De aanwezigen stellen zich voor.

1 Constateringen eerste en tweede bijeenkomst

In de bijlage is het verslag van 20 april opgenomen, met daarin de hoofdpunten uit de eerste inventarisatie:

- Uden heeft een zeer ruim winkelaanbod ook in het doelgerichte segment
- Behalve omvangrijk ook verspreid (concentratie Industrielaan)
- Verschillende typen locaties in Uden;
 - centrumrandlocaties aan aanvoerroutes,
 - bedrijventerreinmilieu,
 - entreegebieden op kop aanvoerroutes
- Verschillende type zaken, ambities en ideeën van ondernemers;
 - kiezen voor kwaliteit en klantenherkomst
 - koppelen aan verschillende segmenten en doelgroepen
 - concept woonboulevard herijken

2 Ontwikkelingen in markt en beleid

Caroline Rindertsma presenteert een aantal trends en ontwikkelingen:

- Toename concurrentie, overaanbod / teveel van hetzelfde in wonen en woonboulevards
- Vernieuwing door consumentengedrag: themaconcepten
 - Eet NL,
 - Retail Parks
 - Mega-mall Tilburg

- Regionaal beleid voor PDV/GDV in wording in opdracht van IBE:
Gezamenlijk beleid van gemeente Uden, Veghel, Schijndel over PDV/GDV lokaties.. Invulling van Poort van Veghel baart de deelnemers zorgen. In de toekomst zal dit soort situaties door goede afspraken tussen de gemeenten via het regionaal beleid voorkomen worden.

3 Hoofdpijnen voorgesteld beleid

Uit de discussie die volgt na de gepresenteerde hoofdpijnen komen de volgende punten naar voren:

- Concentraties dienen conceptueel versterkt te worden, met aandachtspunten per locatie (zie4)
- Niet alle deelnemers willen een scheiding in hoogwaardig en midden/lagere segment

4 Uitwerking zoekrichtingen en potentiële locaties in Uden

Om versnippering te voorkomen wordt besloten dat het locatiebeleid zich zal gaan richten op de Centrumring en Industrielaan voor PDV/GDV.

Locatie-afweging:

- Zichtbaarheid
- Parkeren
- Andere tijdslijnen (korte, midden en lange termijn)
- Prijsniveau
- Huur/koop

De volgende suggesties worden gedaan:

Centrumring:

- Parkeren is grootste knelpunt (nu op eigen terrein)
- Prijsniveau is hoger
- Zichtbaarheid (langs doorgaande route) is randvoorwaarde

Industrielaan:

- Urgentie om te investeren (deelnemers zijn bereid)
- Potentie voor consumentgerichte branches: auto, woonwinkels, horeca, leisure
- Tweezijdig of concentratie aan 1 zijde
- Segmentering
- Totale lengte opwaarderen of compacter lint
- Overwegen automotieve op Industrielaan of Hoogveld Zuid
- Verblijfskwaliteit verbeteren
- 2 zijde beter met elkaar verbinden
- Bij concentratie aan 1 zijde ontstaat noodzaak tot nieuwe functie aan 'andere zijde'

5 Vervolgstappen

Gemeente zal eerst een plan van aanpak voor deze vervolgstappen uitwerken en voorleggen aan de deelnemers. 2 sporen worden uitgewerkt: beleid en locaties.

Beleid:

Gemeente kan hiermee meer sturen en initiëren. Gemeente Uden werkt beleid uit, met input van regionaal beleid (behoefteraming). Dit wordt in een bredere bijeenkomst (inclusief automotive indien mogelijk) gepresenteerd en gezamenlijk aangepast.

Locatieontwikkeling:

Op projectmatige manier worden de locaties Industrielaan en Centrumring opgepakt in twee projectgroepen die bestaan uit de deelnemers van deze vergadering, aangevuld met ambtenaren en ontwikkelende partijen. Hierbij komen de verschillende locationele eisen en verbeteringen aan bod (zie 4) en wordt een concreet plan van aanpak gemaakt. Gemeente Uden coördineert deze twee groepen.

Het beleid en aanpak voor locatieontwikkeling dient vervolgens geformaliseerd te worden door vaststelling van het college van B& W. Inzet van instrumenten voor gemeente om beleid goed uit te kunnen voeren maakt hier onderdeel van uit.

VERSLAG

Vergadering: Werkbijeenkomst Uden Woonstad
Datum vergadering: 27 mei 2008
Plaats: Gemeentehuis Uden
Tijd: 10.30-12.30

Aanwezig: Benito van Dijk, Ties van Donzel, Edgar Breed, Ivo van der Wijst, Geert Kersten, Dorien Hoozemans (vertegenwoordigers perifere bedrijfsleven), Anton Bos, Hans Joosten (gemeente Uden), Caroline Rindertsma, Marije van Huis (DHV)
Afwezig: Mariëlle van Dalen, Theo Bouwmans, Gert Romantovich

1. Conclusies vorige vergadering

In de bijlage is de presentatie opgenomen, waarin de conclusies van de vorige bijeenkomst staan.

Hoofdpunten:

- Gemeente stelt beleid op met inbreng van ondernemers, en brengt dit vervolgens in de inspraakprocedure
- Inzetten op twee ontwikkellocaties: Centrumring en Industrielaan

2. Detailhandelsbeleid voor PDV/GDV in Uden

- Caroline Rindertsma presenteert het beleid van de gemeente (zie sheets).
 - o Centraal staat het behouden en versterken van centrum Uden als regionaal centrum.
 - o Er moet een evenwicht zijn tussen het versterken van de bestaande detailhandel en nieuwe ontwikkelingen in de grootschalige detailhandel.
 - o Geen solitaire vestigingen.
 - o GDV onder voorwaarden op Industrielaan
- Dit beleid borduurt voort op provinciaal beleid. Regionaal beleid wordt besproken in de begeleidingscommissie van donderdag 29 mei '08. Hierin zijn de gemeenten Uden, Veghel en Schijndel vertegenwoordigd, naast IBE, KvK en ondernemersverenigingen
- Het is van belang dat er gericht gekeken wordt naar complementaire ontwikkelingen tussen Uden en Veghel.
- Het beleid met betrekking tot de automotieve branche is nog in ontwikkeling. Er zijn twee mogelijkheden voor ruimtelijke clustering: Hoogveld Zuid of aan de Industrieweg. Concentratie op de Industrielaan lijkt het meest kansrijk, maar dit moet nog verder worden uitgewerkt
- Het PDV/GDV beleid richt zich op aanvragen van bedrijven die zijn binnengekomen,
- aanvragen die in de toekomst gaan binnenkomen en op de huidige bedrijvigheid.
- Het beleid schept duidelijkheid en dient snel uitgewerkt en gecommuniceerd te worden.
- Het is belangrijk dat partijen zich aan het beleid houden.
- Ondernemers kunnen zich in hoofdlijnen vinden in het beleid, individueel zal men reageren tijdens het inspraakproces.

3. Locatie Centrumring

Ontwikkelingen:

- Hoogwaardige detailhandel die niet in het centrum past op centrumrand (bijvoorbeeld meubels, ambacht, woninginrichting)
- Partijen zijn met de gemeente en elkaar in gesprek
- Kastanjeweg: Aan de noord en zuidzijde een supermarktcluster en in het midden een lifestyle.

- Er is echter nog geen garantie dat dit gaat passen en dat de verschillende partijen eruit gaan komen.

4. Locatie Industrielaan

Clusters moeten een duidelijke profilering, een thema en voldoende massa hebben om zich te onderscheiden (minimaal 15.000 a 20.000 m²).

- Edgar Breed van Aprisco presenteert plan voor eigen pand, met de intentie om andere ondernemers hierbij te betrekken en samenhang aan de Industrielaan te creëren.
- Naam: Kersenweide
- Doelen:
 - o Inrichting openbaar gebied (compactheid)
 - o Gezamenlijke promotie
- Eerst moet het beleid vastgelegd worden, hierna kunnen er parallel (her-)ontwikkelingen ('scope', doel en proces) en marketing en promotie activiteiten plaatsvinden.
- Een daghoreca voorziening is een gewenste aanvulling op het huidige aanbod aan de Industrielaan.
- Aprisco en Gemeente Uden pakken dit gezamenlijk op: er komt een overzicht van de huidige ondernemers en eigenaren aan de Industrielaan (volgens de gemaakte gebiedsbepaling), zij worden uitgenodigd voor een bijeenkomst.

5. Conclusies en vervolgstappen

- Het GDV/PDV beleid bepaalt de richting voor de ontwikkelingen aan de Industrielaan, centrumring en overige perifere locaties. Eerst moet het GPV/ PDV beleid worden goedgekeurd door het College van B&W. Hierna het liefst zo snel mogelijk door met een volgende stap (inspraak na de zomer en bijeenkomst Industrielaan). Hierbij is de juiste volgorde van belang, maar het herontwikkelen en de promotie activiteiten kan parallel plaatsvinden als het GDV/ PDV beleid door het college is.
- De volgende bijeenkomst vindt plaats na de zomer, als het GDV/PDV beleid door het college is.
- Wie moeten er worden uitgenodigd voor de volgende bijeenkomst? De gemeente & Aprisco stelt een lijst op van huurders en eigenaren.

Bijlage 6

Instrumenten

Om de gewenste ontwikkelingen in de detailhandelsstructuur mogelijk te maken en ongewenste ontwikkelingen te voorkomen is een goed instrumentarium van belang.

Onderstaande opsomming van instrumenten zullen ingezet moeten worden:

- Bestemmingsplan: ruimte bieden aan detailhandel op locaties uit detailhandelsnota, aanpassen bestemmingsplannen (nieuwe wet WRO)
- Toetsingskader nieuwe aanvragen detailhandel voor perifere en grootschalige detailhandel én bij functiewijziging
- Centrummanagement / parkmanagement
- Convenant afsluiten bij gronduitgifte
- Convenant met ondernemersverenigingen over invulling
- Verplaatsingsafspraken maken en in convenant vastleggen
- Marketing en promotie: citymarketing / gebiedsmarketing
- Monitoren van ontwikkelingen
- Brancheringsoverleg / detailhandelscommissie: volgen van ontwikkelingen, toetsen nieuwe initiatieven bij onduidelijkheid of stimulering
- Regionaal overleg incl. provincie
- Handhaving
- Gronduitgifte

Bijlage 7

Consument gericht aanbod Industrielaan, excl. automotive

Bron: Locatus, maart 2008 , bewerking DHV

Bedrijvigheid Industrielaan en omgeving

Naam	Straat	HuisNr	Wvo	Hoofdbranche
Witgoedmarkt	Energieln	19	220	37.150-Bruin & Witgoed
Matrassen Concord	Industrieln	11A	185	37.180-Wonen
Romantovich Slaapkamers	Industrieln	14	3827	37.180-Wonen
Steef Computers	Loopkantstr	16A	80	37.150-Bruin & Witgoed
Ra Mu	Loopkantstr	14	217	37.180-Wonen
Baby Sales	Energieln	17	800	37.180-Wonen
P Heijl Toolshop	Industrieln	6	220	37.160-Auto & Fiets
Bedden Reus	Industrieln	17	500	37.180-Wonen
Auto Speciaal Uden	Industrieln	25	80	37.160-Auto & Fiets
Pronto Wonen	Industrieln	17	1580	37.180-Wonen
Doe Vloer	Industrieln	18	670	37.180-Wonen
Meubel Master	Industrieln	16	810	37.180-Wonen
van der Heijden	Industrieln	12B	1850	37.180-Wonen
Derk's Tuinmachines	Oude Udensewg	21B	200	37.130-Plant & Dier
De Waard	Linie	23	1750	35.100-Sport & Spel
Tuincentrum de Kleuter	Goorkenswg	5B	1530	37.130-Plant & Dier
Witlox	Losplaats	4	800	37.180-Wonen
Kringloop Liessent	Liessentstr	12	745	38.200-Detailhandel Overig
Beter Bed Junior	Industrieln	15	2000	37.180-Wonen
Boerenbond	Industrieln	17A	2200	37.170-Doe-Het-Zelf
Brezan Automaterialen	Industrieln	23	275	37.160-Auto & Fiets
Gamma	Industrieln	7	2100	37.170-Doe-Het-Zelf
Formido	Energieln	14	2400	37.170-Doe-Het-Zelf
Karwei	Loopkantstr	25A	2874	37.170-Doe-Het-Zelf
Leen Bakker	Industrieln	17B	3000	37.180-Wonen
Praxis	Industrieln	9	3202	37.170-Doe-Het-Zelf
Hendriks	Liessentstr	2	1350	37.170-Doe-Het-Zelf
Seats and Sofas	Industrieln	20	3030	37.180-Wonen
Bedden& Bankstellen	Industrieln	12	2000	37.180-Wonen
4 Feedt	Volkelsewg	26	56	37.130-Plant & Dier
Swiss Sense	Loopkantstr	30	390	37.180-Wonen
SVK Gevelementen	Energieln	7	200	37.170-Doe-Het-Zelf
Parket Tree	Loopkantstr	18A	220	37.180-Wonen
Siba Autobanden	Industrieln	22		37.160-Auto & Fiets
Basic Fit	Industrieln	12	1400	35.100-Sport & Spel

7 COLOFON

Opdrachtgever	: Gemeente Uden
Project	: Beleid perifere en grootschalige detailhandel
Dossier	: X3038-01.001
Omvang rapport	: 13 pagina's
Auteur	: Caroline Rindertsma
Bijdrage	:
Interne controle	:
Projectleider	:
Projectmanager	:
Datum	: 26 juni 2008
Naam/Paraaf	:

DHV B.V.

*Ruimte en Mobiliteit
Laan 1914 nr. 35
3818 EX Amersfoort
Postbus 1132
3800 BC Amersfoort
T (033) 468 20 00
F (033) 468 28 01
E info@dhv.nl
www.dhv.nl*

