

Ruimtelijk-functionele visie centrum Someren

Gemeente Someren

Definitief



Ruimtelijk-functionele visie centrum Someren

Gemeente Someren

Definitief

Rapportnummer: 205X00394.060878_3

Datum: 19 april 2011

Contactpersoon opdrachtgever: Dhr. Y. Vavier

Projectteam BRO: André Boekesteijn, Nienke van Gerwen

Trefwoorden: Detailhandelsstructuur, Centrum Someren, ruimtelijk-functionele visie, kernwinkelgebied, branchering, detailhandelsbeleid

Bron foto kaft: Hollandse Hoogte, 4

Beknopte inhoud: Na jaren van relatieve stilstand is het van belang dat nieuwe dynamiek op gang wordt gebracht voor de detailhandel in de gemeente Someren. De visie moet hiervoor als aanjager fungeren en gaat specifiek in op de functionele en ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden voor het centrum van Someren. De visie wordt afgesloten met een actieprogramma.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

B | **RO**
Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave

pagina

| | | | |
|---|-----------|--|-----------|
| 1. INLEIDING | 3 | 4. TRENDS, BELEID EN TOEKOMSTIGE DISTRIBUTIEVE RUIMTE | 37 |
| 1.1 Aanleiding | 3 | 4.1 Algemene trends en ontwikkelingen | 37 |
| 1.2 Vraagstelling | 3 | 4.2 Ontwikkelingen in de gemeente Someren en de regio | 39 |
| 1.3 Totstandkoming advies | 5 | 4.2.1 Ontwikkelingen in de gemeente Someren | 39 |
| 1.4 Leeswijzer | 5 | 4.2.2 Ontwikkelingen in de regio | 40 |
| 2. ANALYSE AANBODSTRUCTUUR VOORZIENINGEN | 7 | 4.3 Relevante beleidskaders | 41 |
| 2.1 Blik op Someren: ligging & kenmerken | 7 | 4.3.1 Provinciaal en regionaal beleid | 41 |
| 2.2 Winkelaanbod gemeente Someren | 8 | 4.3.2 Beleid gemeente Someren | 41 |
| 2.3 Winkelaanbod kern Someren | 10 | 4.4 Toekomstig functioneren detailhandel | 44 |
| 2.4 Winkelaanbod centrum Someren | 12 | 5. BELEIDSKADER EN ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN | 47 |
| 2.5 Benchmark centrum Someren | 15 | 5.1 Ambitie en uitgangspunten gemeente Someren | 47 |
| 2.6 Winkelaanbod in de tijd | 17 | 5.2 Visie op de gemeentelijke detailhandelsstructuur | 49 |
| 2.7 Overig aanbod publieksfuncties in het centrum | 17 | 5.3 Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel | 51 |
| 2.8 Ruimtelijk-functionele analyse centrum | 19 | 6. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE VISIE CENTRUM SOMEREN | 53 |
| 2.8.1 Opbouw van de winkelstructuur | 19 | 6.1 Uitgangspunten | 53 |
| 2.8.2 De deelgebieden nader ingezoomd | 23 | 6.2 Versterking aanbod centrum | 55 |
| 2.9 Bereikbaarheid en parkeren centrum | 27 | 6.2.1 Kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden | 55 |
| 2.10 Sterkte-zwakte analyse aanbodstructuur | 29 | 6.2.2 Kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden | 55 |
| 3. ANALYSE VRAAGSTRUCTUUR VOORZIENINGEN | 31 | 6.3 Ontwikkeling ruimtelijk-functionele structuur | 57 |
| 3.1 Bevolking | 31 | | |
| 3.2 Inkomensniveau | 32 | | |
| 3.3 Koopkrachtbinding- en toevloeiing | 32 | | |
| 3.4 Huidig functioneren detailhandel | 33 | | |

Inhoudsopgave (vervolg)

pagina

| | |
|--|-----------|
| 7. ACTIEPROGRAMMA | 63 |
| 7.1 Algemeen | 63 |
| 7.2 Ruimtelijk-functionele structuur | 64 |
| 7.3 Openbare ruimte en beeldkwaliteit | 65 |
| 7.4 Marketing, promotie en evenementen | 65 |
| 7.5 Bereikbaarheid en parkeren | 66 |
| 7.6 Organisatie en samenwerking | 66 |
| 7.7 Uitvoeringsagenda | 67 |

BIJLAGEN

| | |
|--------------------------------------|---|
| Bijlage 1: Definities | 1 |
| Bijlage 2: Afbakening branches | 5 |
| Bijlage 3: Winkelaanbod | 7 |
| Bijlage 4: Benchmark Someren - Asten | 9 |

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Het vigerende detailhandelsbeleid voor de gemeente Someren en het centrum van Someren is gebaseerd op het Ruimtelijk-Economisch Structuuronderzoek Someren van het IMK uit 1992, de gemeentelijke besluitvorming daarover uit 1993 en de actualisatie 'Analyse van het kernwinkelgebied' uit 2003.

Dynamiek in de detailhandel in Someren-centrum

Sinds 1992 is er veel gebeurd in het centrum van Someren. Supermarkten zijn verdwenen, respectievelijk van formule veranderd c.q. verplaatst en ook andere winkels en horecavoorzieningen hebben hun intrede gedaan. Op het moment spelen er diverse ontwikkelingen op het vlak van detailhandel. Het gaat onder andere om de volgende initiatieven:

- Sonnemans Beheer BV heeft medio juni 2009 vergunning aangevraagd voor het gedeeltelijk veranderen van het pand Kerkstraat 30 ten behoeve van de vestiging van een supermarkt. Het college heeft hiervoor op 5 februari 2010 bouwvergunning verleend. Tegen het besluit is beroep aangetekend en de Rechtbank in Den Bosch heeft in april 2010 het bestreden besluit vernietigd. Vervolgens heeft de gemeente Someren beroep aangetekend bij de Raad van State en tegelijkertijd verzocht om een voorlopige voorziening. Het college en de Raad willen de vestiging van een supermarkt op de genoemde locatie mogelijk

maken. Op 13 april 2011 heeft de afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State het beroep van het college van B&W van de gemeente Someren gegrond verklaard.

- Daarnaast heeft de Jumbo supermarkt behoefte aan uitbreiding en spelen er nog enkele andere, kleinschalige, vooral locatiegerichte initiatieven in het centrum van Someren. De Albert Heijn supermarkt heeft recentelijk gemoderniseerd en heeft daarbij tevens een beperkte uitbreiding doorgevoerd.

Tegen de achtergrond van de huidige initiatieven is er behoefte aan een actualisatie van de visie op de ontwikkeling van winkelvoorzieningen en overige voorzieningen (horeca, commerciële dienstverlening) in het centrum van Someren gekoppeld aan de actualisatie van het beleid.

1.2 Vraagstelling

In dit onderzoek staat de volgende onderzoeksvraag centraal:

Wat zijn op basis van een actualisatie van de analyses de reële functionele en ruimtelijke toekomstmogelijkheden voor de detailhandel in de gemeente Someren en in het bijzonder in het centrum van Someren?

Op basis van bovenstaande centrale onderzoeksvraag zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

- Hoe is het huidige voorzieningenaanbod (detailhandel, horeca, commerciële dienstverlening) in de kern Someren opgebouwd?

- Wat zijn de sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen voor zowel het aanbod als de detailhandelsstructuur in het centrum van Someren?
- Hoe functioneren de winkelvoorzieningen in de kern Someren nu?
- Wat zijn de kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden (markt-ruimte) voor de winkelvoorzieningen in de kern Someren? Dit geldt zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse artikelen-sector.
- Wat zijn de kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden (o.a. branchering, routing, structuur etc.) voor de winkelstructuur in het centrum van Someren?
- Hoe dient de optimale ruimtelijk-functionele structuur voor het centrum van Someren eruit te zien en wat zijn de belangrijke randvoorwaarden hierbij?
- Welke activiteiten (programma) en ambities kunnen worden ingezet om de gewenste kwaliteitsverbetering te realiseren?



Randvoorwaarden

Vooraf zijn door de gemeente Someren de volgende belangrijke randvoorwaarden voor het opstellen van de ruimtelijk-functionele visie meegegeven:

- Het college van B&W en de gemeenteraad van de gemeente Someren hebben ingestemd met de vestiging van een supermarkt op het perceel Kerkstraat 30. Voor dit onderzoek en de visie wordt dit als een gegeven beschouwd.
- De parkeer- en verkeersdruk op het centrum van Someren wordt als hoog ervaren. Het is gewenst om deze druk niet verder toe te laten nemen. Er zal gezocht moeten worden naar passende oplossingen.
- Belangrijke reeds vastliggende oplossingen zijn het instellen van eenrichtingsverkeer in de Postelstraat en de komst van een blauwe zone in het centrum. Voor deze visie wordt dit als een vaststaand gegeven meegenomen.
- Het dorps karakter mag niet worden aangetast en dient indien mogelijk te worden versterkt. Dit houdt in dat in principe zeer terughoudend omgegaan wordt met hoogbouw en inbreidingen op locaties waar nu geen bouw mogelijkheden aanwezig zijn.

Resultaat

De uiteindelijke visie vormt een actueel toetsingskader voor de huidige en nieuwe initiatieven in de detailhandel in de kern Someren en kan tevens worden gebruikt als onderbouwing voor de actualisatie van het bestemmingsplan Middengebied.

1.3 Totstandkoming advies

Dit rapport is tot stand gekomen in nauwe samenspraak met een breed samengestelde begeleidingscommissie. Daarnaast zijn er afzonderlijke consultatiegesprekken gevoerd met ondernemers, retailorganisaties, vastgoedeigenaren, wijkraad en gemeente (ambtelijk en bestuurlijk). In deze gesprekken is vooral op zoek gegaan naar realistische uitgangspunten voor de ontwikkeling van het centrum van Someren en is tegelijkertijd gezocht naar draagvlak voor de op te stellen visie.

1.4 Leeswijzer

Achtereenvolgens komen in deze rapportage aan bod:

- analyse aanbodstructuur voorzieningen (hoofdstuk 2);
- analyse vraagstructuur voorzieningen (hoofdstuk 3);
- trends, beleid en toekomstige distributieve ruimte (hoofdstuk 4);
- beleidskader en ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel gemeente Someren (hoofdstuk 5);
- ruimtelijk-functionele visie centrum Someren (hoofdstuk 6);
- actieprogramma (hoofdstuk 7).

2. ANALYSE AANBODSTRUCTUUR VOORZIE- NINGEN

Dit hoofdstuk behandelt de huidige detailhandelsstructuur in de gemeente Someren, met de nadruk op Someren-centrum. Hiervoor wordt eerst gekeken naar het aanbod in de gemeente en de positie van het centrum van Someren hierin. De aanbodgegevens zijn afkomstig van Locatus (peildatum oktober, 2010), tenzij anders vermeld. Naast deze kwantitatieve analyse wordt ook een ruimtelijk-functionele analyse uitgevoerd specifiek voor het centrum van Someren. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een resumerend overzicht van de sterkten en zwakten.

2.1 Blik op Someren: ligging & kenmerken

De gemeente Someren is gelegen in de stedendriehoek Eindhoven - Helmond - Weert en maakt deel uit van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (SRE). Per 1 januari 2011 telde de gemeente Someren 18.314 inwoners¹. De gemeente Someren bestaat naast de hoofdkern Someren(-Dorp) uit drie kerkdorpen: Someren-Eind, Someren-Heide en Lierop.

In de analyse wordt onder de kern Someren verstaan Someren-Dorp, Someren-Eind en Someren-Heide. Hier is bewust voor gekozen omdat dataleverancier Locatus deze dorpen benadert als één kern. Om de kern Someren te kunnen vergelijken met landelijke referentiecijfers op basis van Locatus-gegevens, dient de kern Someren (inclusief Someren-Eind en Someren-Heide) dus als één kern te worden benaderd.

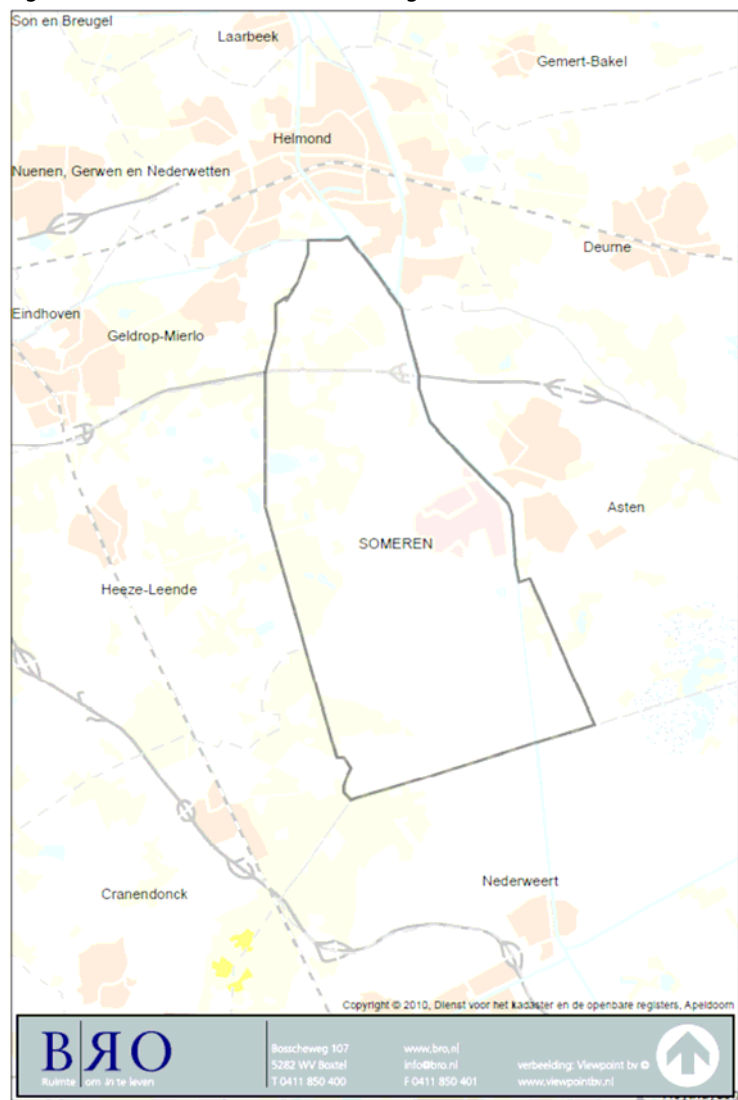
Verzorgingspositie in de regio

Het voorzieningenaanbod in de gemeente Someren vervult met name een functie voor de eigen inwoners. Daarnaast trekken de voorzieningen in de kern Someren ook bezoekers uit bijvoorbeeld de kernen Heeze, Leende, Sterksel, Maarheeze, Asten en Nederweert. In totaal wonen in dit gebied circa 50.000 mensen. De regio-functie van Someren-centrum wordt wel beperkt door de nabije ligging van het sterke voorzieningenaanbod in Asten-centrum en de prominente plaats van Eindhoven en Helmond in de regionale verzorgingsstructuur.

Op toeristisch-recreatief gebied wordt de gemeente Someren met name bezocht door fietsers en wandelaars uit de regio vanwege de natuurgebieden in de omgeving met hun prachtige bos en heide.

¹ Bron: Gemeente Someren

Figuur 2.1: Positie van Someren in de regio



2.2 Winkelaanbod gemeente Someren

37.500 m² wvo winkelaanbod gemeente Someren

Het winkelaanbod in de gemeente Someren omvat momenteel circa 37.500 m² winkelvloeroppervlak (wvo), verspreid over 111 winkels. Hiervan behoren 23 winkels en circa 4.550 m² wvo tot de dagelijkse artikelensector en 88 winkels en circa 33.000 m² wvo tot de niet-dagelijkse artikelensector.

Someren-centrum belangrijkste winkelconcentratie

- Bijna 40% van het aantal m² wvo en 56% van het aantal winkels is geclusterd in het centrum van Someren. Hiermee vormt Someren-centrum het grootste winkelconcentratiegebied binnen de gemeente (ruim 14.000 m² wvo verspreid over 62 winkels).
- In Someren-Eind is ook nog een redelijk groot winkelaanbod te vinden (4.536 m² wvo, 17 winkels). Hier zijn naast een Spar (330 m² wvo) nog enkele versspecialzaken, een kinderkledingwinkel, een schoenenwinkel, een fotozaak en diverse winkels in de branchegroep in- en om het huis gevestigd (plant & dier, bruin & witgoed, auto & fiets, wonen). Een bijzondere aanbieder betreft hier Woninginrichting van den Eijnde.
- In Lierop (4 winkels en 555 m² wvo) en Someren-Heide (2 winkels en 2.350 m² wvo) is de winkelomvang beperkt. Net zoals in Someren-Eind is er in Lierop een Spar aanwezig (302 m² wvo). In Someren-Heide neemt tuinmeubelspecialzaak van de Bogaart een bijzondere verzorgingspositie in met een omvang van circa 1.500 m² wvo.

- Op de Witvrouwenbergweg bevindt zich een klein PDV-cluster waar o.a. Wijnen Wonen, Boerenbond en Karwei als belangrijkste aanbieders gevestigd zijn.
- In de gemeente Someren is er sprake van opvallend veel verspreide bewinkeling. Circa 42% van het aantal winkelmeters is verspreid gelegen².

In tabel 2.1 is de detailhandelsstructuur van de gemeente Someren kwantitatief benoemd.

Tabel 2.1: Detailhandelsstructuur gemeente Someren

| | Dagelijkse sector | | Niet-dagelijkse sector | | Totaal | |
|-------------------------------------|-------------------|--------------------|------------------------|--------------------|----------------|--------------------|
| | aantal winkels | m ² wvo | aantal winkels | m ² wvo | aantal winkels | m ² wvo |
| | Centrum Someren | 14 | 3.661 | 48 | 10.676 | 62 |
| Someren-Eind | 4 | 440 | 13 | 4.096 | 17 | 4.536 |
| Someren-Heide | - | - | 2 | 2.350 | 2 | 2.350 |
| Verspreide bewinkeling kern Someren | 3 | 120 | 23 | 15.614 | 26 | 15.734 |
| Totaal kern Someren | 21 | 4.221 | 86 | 32.736 | 107 | 36.957 |
| Totaal kern Lierop | 2 | 330 | 2 | 225 | 4 | 555 |
| Totaal | 23 | 4.551 | 88 | 32.961 | 111 | 37.512 |

² De verspreide bewinkeling is inclusief de PDV-locatie Witvrouwenbergweg waar Wijnen Wonen, Boerenbond en Karwei gevestigd zijn.

Winkelaanbod ten opzichte van landelijke referenties

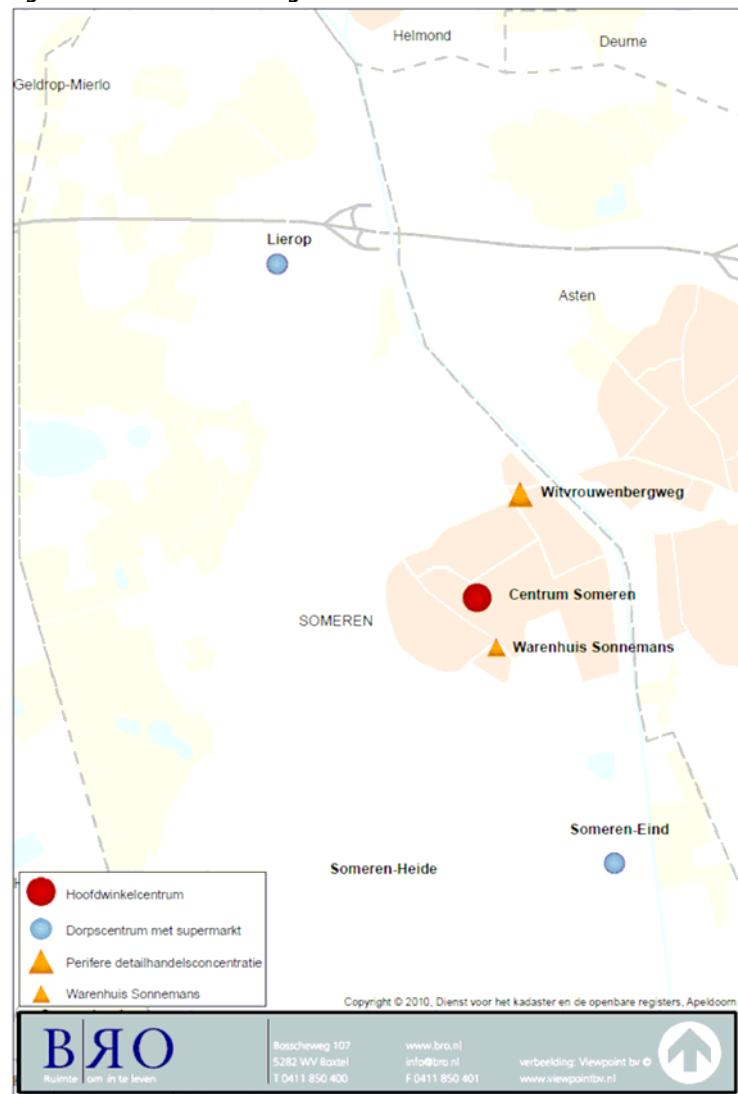
De gemeente Someren beschikt ten opzichte van het landelijke gemiddelde over een beperkt aanbod aan dagelijkse artikelen. In de dagelijkse artikelenbranche heeft de gemeente Someren een aanbod van 0,25 m² wvo per inwoner ten opzichte van 0,33 m² wvo per inwoner landelijk. Het niet-dagelijks aanbod is daarentegen in de gemeente Someren ruim aanwezig (1,81 m² wvo t.o.v. 1,35 m² wvo per inwoner landelijk). Dit heeft de gemeente Someren te danken aan de woonwinkels Sonnemans en Wijnen Wonen (beiden circa 4.000 m² wvo) en Van den Eijnde woninginrichting (circa 1.500 m² wvo). Wanneer deze woonwinkels buiten beschouwing worden gelaten beschikt de gemeente Someren over een niet-dagelijks winkelaanbod wat van normale omvang is (1,25 m² wvo per inwoner).

Tabel 2.2: Winkelaanbod gemeente Someren vergeleken met landelijke gemiddelden

| | Aantal winkels | m ² wvo | m ² wvo per inw. | m ² wvo per inw. landelijk ³ |
|----------------------------|----------------|--------------------|-----------------------------|--|
| Gemeente Someren | | | | |
| Dagelijkse artikelen | 23 | 4.551 | 0,25 | 0,33 |
| Niet-dagelijkse artikelen | 88 | 32.961 | 1,81 | 1,35 |
| Totaal detailhandel | 111 | 37.512 | 2,06 | 1,68 |

³ In kernen met 15.000 tot 20.000 inwoners, gewogen naar het inwonertal van de kern Someren (16.084 inwoners).

Figuur 2.2: Winkelstructuur gemeente Someren



2.3 Winkelaanbod kern Someren

Kern Someren: winkelaanbod bovengemiddeld in omvang

Het detailhandelsaanbod in de kern Someren (= dus Someren-Dorp, -Heide en -Eind tezamen) bedraagt in totaal bijna 37.000 m² wvo verspreid over 107 verkooppunten. In vergelijking met plaatsen van vergelijkbare omvang⁴ is dit aanbodcijfer bovengemiddeld (105 winkels, 28.301 m² wvo). In onderstaande tabel is het winkelaanbod per inwoner in de kern Someren afgezet tegen referentieplaatsen. In de bijlage is een overzicht naar branche opgenomen.

Tabel 2.3: Winkelaanbod kern Someren vergeleken met landelijke gemiddelden

| Kern Someren | Aantal winkels | m ² wvo | m ² wvo per inw. | m ² wvo per inw. landelijk ⁵ |
|---------------------------|----------------|--------------------|-----------------------------|--|
| Dagelijkse artikelen | 21 | 4.221 | 0,26 | 0,36 |
| Niet-dagelijkse artikelen | 86 | 32.736 | 2,04 | 1,40 |
| Totaal detailhandel | 107 | 36.957 | 2,30 | 1,76 |

Dagelijks aanbod beperkt, niet-dagelijks aanbod ruim

De omvang van het dagelijkse winkelaanbod is verhoudingsgewijs beperkt in de kern Someren (4.221 m² wvo ten opzichte van 5.778 m² wvo in referentiekernen). In de niet-dagelijkse sector heeft de kern Someren daarentegen een bovengemiddeld aanbod (32.736 m² wvo ten opzichte van 22.523 m² wvo in referentiekernen). Dit

⁴ Het gemiddelde van plaatsen met een inwonertal tussen de 15.000 en 20.000 inwoners, gewogen naar het inwonertal van de kern Someren (16.084 inwoners).

⁵ In kernen met 15.000 tot 20.000 inwoners, gewogen naar het inwonertal van de kern Someren (16.084 inwoners).

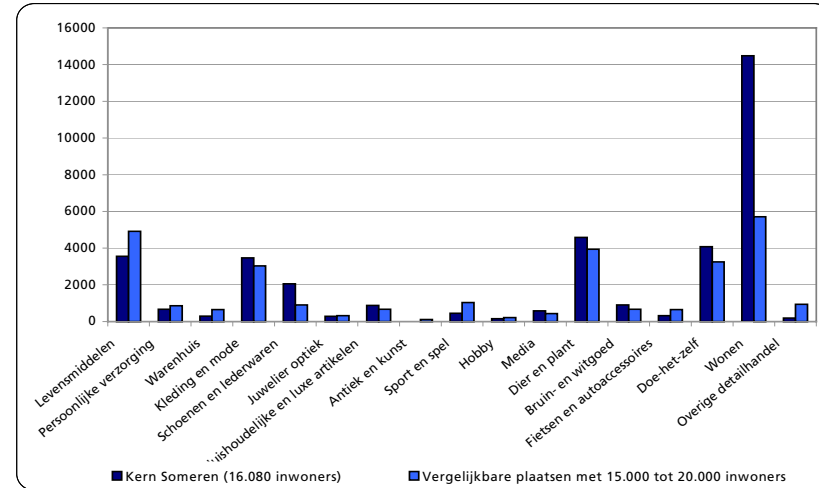
wordt voor een belangrijk deel bepaald door het ruime aanbod in de woonbranche: de gevestigde woonwinkels Wijnen Wonen en Sonnemans hebben gezamenlijk een oppervlak van 8.450 m² vwo.

Aanbod naar branche

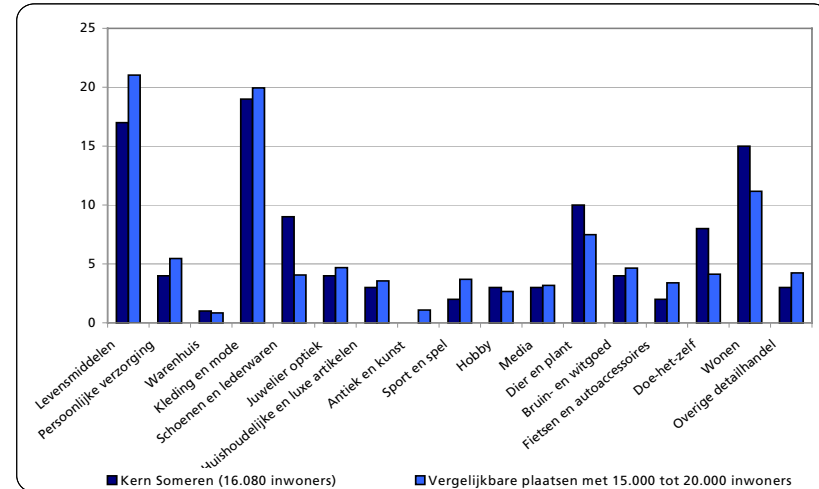
In onderstaande figuren is het aanbod per branche verdeeld naar omvang en aantal winkels in de kern Someren afgezet tegen ker- nen van vergelijkbare omvang. Uit de figuren kan het volgende worden opgemaakt.

| <i>Sterk aanwezige branches</i> | <i>Zwak of minder aanwezige branches</i> |
|----------------------------------|--|
| Kleding en mode | Levensmiddelen |
| Schoenen en lederwaren | Persoonlijke verzorging |
| Huishoudelijke en luxe artikelen | Sport en spel |
| Dier en plant | Warenhuis |
| Doe-het-zelf | Antiek en kunst |
| Wonen | Fietsen- en autoaccessoires |

Figuur 2.3: Winkelaanbod kern Someren in m² vwo t.o.v. vergelijkbare plaatsen



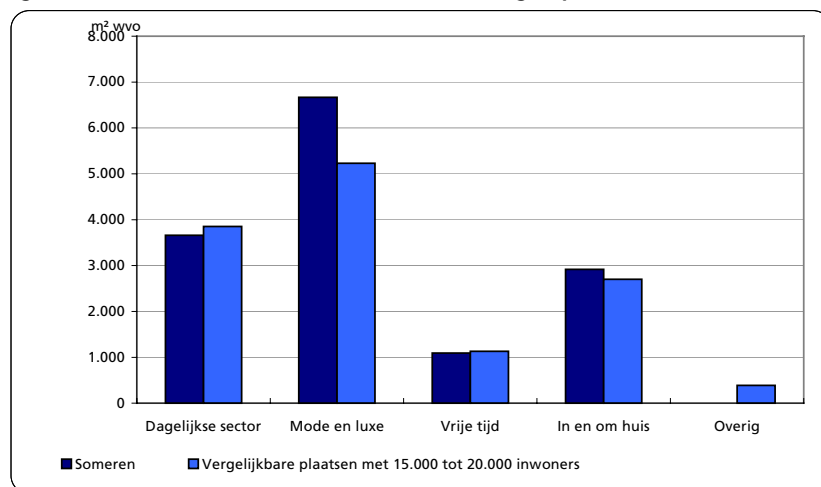
Figuur 2.4 Winkelaanbod kern Someren in aantal winkels t.o.v. vergelijkbare plaatsen



2.4 Winkelaanbod centrum Someren

In het centrum van Someren⁶ zijn 62 winkels met een winkeloppervlak van circa 14.300 m² wvo gevestigd. Gemiddeld beslaat het winkelaanbod in centrumgebieden in kernen met 15.000 à 20.000 inwoners circa 13.300 m² wvo, verdeeld over 75 winkels. Ten opzichte van referenties is het winkeloppervlak dus ruim, terwijl het aantal winkels achterblijft. In figuur 2.5 is het aanbod naar branchegroep in Someren-centrum afgezet tegen centrumgebieden in referentieplaatsen met 15.000 tot 20.000 inwoners. In de bijlage is een specificatie hiervan naar branche opgenomen.

Figuur 2.5: Aanbod centrum Someren naar branchegroep



⁶ Locatus rekent de volgende (delen van) straten tot het centrum van Someren: Postelstraat, Wilhelminaplein, Postel, Kanaalstraat 1 t/m 11, Spielheuvelstraat 1 t/m 17, De Meer 21-22, Dorpsweg 1-2, Laan ten Roode 1-2, Verdonckstraat 1 t/m 3, Floreffestraat 1 t/m 21 en Kerkstraat 1 t/m 4.

Levensmiddelen en persoonlijke verzorging blijven iets achter

Het dagelijkse artikelenaanbod in het centrum van Someren bestaat uit 14 winkels met een winkeloppervlak van circa 3.660 m². Hiermee blijft de dagelijkse artikelensector iets achter op het landelijke niveau voor centrumgebieden van vergelijkbare kernen.

- In de levensmiddelenbranche is het aantal winkels beperkt (10 winkels in Someren-centrum t.o.v. 14 winkels elders) hoewel het winkeloppervlak op niveau is. Hieruit valt op te maken dat de winkels in de levensmiddelenbranche gemiddeld genomen een iets grotere schaal hebben. De twee supermarkten in het centrum Albert Heijn en Jumbo nemen de belangrijkste positie in. Beide supermarkten beschikken met respectievelijk 1.290 m² wvo en circa 1.185 m² wvo over een redelijke omvang. De supermarkten zijn dominant aanwezig in het straatbeeld en kennen ook beiden hun eigen knelpunten op het vlak van bijvoorbeeld parkeren en bevoorrading. Een discount-supermarkt ontbreekt⁷. Het centrum heeft daarnaast een uitgebreid aanvullend en kwalitatief goed aanbod aan levensmiddelenzaken, met onder meer vier bakkers, een slager, een kaaswinkel, een groenteman en een slijter. Een visspecialzaak ontbreekt in Someren-centrum. Opvallend is dat er nog enkele specialzaken in de dagelijkse sector buiten het centrum zijn gevestigd zoals Kilo Slagerij Jan Tomassen en tabakswinkel Meeuws.
- Het aanbod in de persoonlijke verzorging is ten opzichte van vergelijkbare centrumgebieden nog iets ondervertegenwoordigd. Naast een Kruidvat en een DA zijn er 2 apotheken aanwe-

⁷ Hierin zal worden voorzien door de vestiging van een Lidl-supermarkt op Kerkstraat 30

zig. In het centrum van Someren ontbreekt er nog een parfumeriezaak.

Branche mode en luxe sterk aanwezig met ook lokale aanbieders

In Someren-centrum is de branchegroep mode & luxe in omvang sterk vertegenwoordigd en in aantal winkels op niveau (6.668 m² wvo en 31 winkels t.o.v. 5.228 m² wvo en 32 winkels in referentiecentra). De relatief grote schaal van de winkels is te verklaren door enkele grote aanbieders zoals Vögele (750 m² wvo), Schoenenreus (750 m² wvo) en Scapino (600 m² wvo). Binnen de branchegroep mode en luxe is vooral het aanbod aan schoenen en lederwaren ruim aanwezig, de overige branches zijn normaal vertegenwoordigd (warenhuis, kleding en mode, juwelier en optiek, huishoudelijke en luxe artikelen). Aanbod in de branche antiek en kunst ontbreekt nagenoeg.

- In de kleding en mode branche beschikt Someren-centrum over een breed aanbod, wat wil zeggen dat er voor vrijwel elke doelgroep wat te bieden is. Bijzonder is de combinatie van filiaalbedrijven met de zelfstandige zaken (13 in totaal), veelal in het midden(plus) segment. Bijzondere aanbieders zijn onder andere Van der Weerden en De Lau Mode. De aanwezige filiaalbedrijven in deze branche zijn Jola Mode, Vögele, Hans Textiel⁸ en Zeeman.
- In de branche schoenen en lederwaren is sprake van een uitgebreid aanbod. Naast een vestiging van Scapino, Schoenenreus en Durlinger zijn er vier zelfstandige zaken gevestigd.

⁸ Hans Textiel zal alle landelijke vestigingen gaan sluiten.

- Het enige warenhuis⁹ in het centrum van Someren is Hema. Ten opzichte van referentiekernen (15.000 tot 20.000 inwoners) heeft de Hema in Someren een kleine omvang (290 m² wvo). Hema heeft in het verleden bewust in Someren een kleine pilotvestiging geopend. In het nabij gelegen Asten is een 'grote' Hema gevestigd (circa 500 m² wvo).
- In de huishoudelijke- en luxe branche wordt het aanbod gevormd door Action en Blokker. In Someren-centrum ontbreekt een cadeauwinkel.
- Het aanbod in de branche juwelier en optiek omvat drie opticiens en één juwelier. Met uitzondering van Hans Anders ligt ook hier de nadruk op lokale aanbieders. Jos Bayens Optiek en Opticien Stokvis vormen kwalitatief goede winkels in deze branche.



⁹ Onder de branche 'warenhuis' vallen de formules Hema, V&D en Bijenkorf en enkele zelfstandige warenhuizen. De woonwarenhuizen, zoals Sonnemans, vallen onder de branche 'wonen'.

Aanbod sport en spel en hobby blijft achter

Hoewel het totaalaanbod in de branchegroep vrije tijd op peil lijkt te zijn, zien we op het niveau van de individuele branches dat het aanbod in de branches sport en spel en hobby achterblijft bij landelijke gemiddelden.

- Op het gebied van sport en spel zijn er twee zaken aanwezig, te weten een speelgoedzaak (Intertoys) en een sportzaak. In totaal beslaan deze twee zaken een oppervlak van circa 455 m² wvo, terwijl er in centrumgebieden van referentiekernen gemiddeld 3 winkels aanwezig zijn met een winkelvloeroppervlak van 560 m² wvo.
- In de hobbybranche is enkel een fotozaak aanwezig (circa 55 m² wvo)¹⁰. Ten opzichte van referentiekernen is dit beperkt, waar gemiddeld 163 m² wvo verspreid over 2 verkooppunten gevestigd is.
- Het media-aanbod wordt gevormd door Bruna, Boekhandel van der Moosdijk en de Music Store. Boekhandel van der Moosdijk vormt een bijzondere aanbieder. Het aanbod is hiermee goed vertegenwoordigd.

Aanbod In & om het huis

Het aanbod in de branches dier en plant en bruin- en witgoed is normaal vertegenwoordigd. Het doe-het-zelf aanbod is ruim aanwezig terwijl het aanbod in de woonbranche en de fietsen- en autobranche beperkt is.

¹⁰ Foto Hulster zal per juli 2011 stoppen. Broodjeszaak Jam Jamm zal zich in het pand gaan vestigen. In de Postelstraat is Foto Uniek nog gevestigd, maar Locatus definieert deze zaak als 'fotostudio' en deze valt onder de branche 'particuliere dienstverlening'

- Het aanbod in de branche dier en plant wordt gevormd door 3 kwaliteitsvolle zelfstandige bloemisten en 1 dierenpecialzaak (Dobey).
- Het bruin- en witgoed aanbod bestaat uit Maxwell, EP Otterdijk (beide electro) en PC Ready (computerwinkel).
- In het centrum van Someren is binnen de branche fietsen- en autoaccessoires 1 zelfstandige rijwielenzaak aanwezig.
- Het doe-het-zelf aanbod is met 2 aanbieders en 945 m² wvo ruim te noemen. Dit is te danken aan de grote vestiging van Multimate (735 m² wvo).
- In het centrum van Someren is slechts 1 woonwinkel gevestigd (453 m² wvo).¹¹ Dit is ten opzichte van referenties (5 winkels, 1.198 m² wvo) beperkt. De vestiging van de grote woonwinkels Sonnemans, Wijnen Wonen en Van den Eijnde woninginrichting buiten het centrum vormen hier de verklaring voor. Het ontbreekt vooral aan kleinschalig aanbod met bijvoorbeeld woonaccessoires.

Leegstand in aantal panden beperkt

In het centrum van Someren staan (oktober 2010) 5 panden leeg met een vloeroppervlak van circa 1.550 m² wvo. Gemiddeld staan in vergelijkbare centra 8 panden met een oppervlak van circa 1.245 m² wvo leeg. In aantal winkels is de leegstand in het centrum beperkt tot circa 7% van het aanbod. Dit is lager dan het landelijke gemiddelde voor centrumgebieden van kernen met 15.000 tot 20.000 inwoners (10%). De leegstand uitgedrukt in winkelvloeroppervlak is

¹¹ Volgens de opgave van de ondernemers zal Maas Woonstijl op termijn de winkel sluiten.

wel vrij hoog, wat te verklaren is uit het leegstaande pand waar voorheen Jan Linders gevestigd was (circa 880 m² wvo).



2.5 Benchmark centrum Someren

Het winkelaanbod in het centrum van Someren is vergeleken met het aanbod in een aantal redelijk vergelijkbare centrumgebieden. Voor de benchmark is gekozen voor de centra van Asten, Gemert, Nederweert en Tegelen. Dit zijn centrumgebieden in plaatsen met circa 10.000 tot 16.000 inwoners die net zoals Someren nabij een andere kern met een sterk centrumaanbod gelegen zijn. In tabel 2.4 is een overzicht opgenomen van het aanbod op branchegroep-niveau in deze centra.

Dagelijks artikelenaanbod blijft wat achter

Uit de benchmark blijkt dat het dagelijks artikelenaanbod in Someren-centrum duidelijk achterblijft. In alle andere centrumgebieden is het dagelijkse artikelenaanbod omvangrijker.

Relatief veel aanbod mode & luxe

Met circa 6.670 m² wvo is de branchegroep mode & luxe (zoals eerder al aangegeven in Someren-centrum) inderdaad omvangrijk. In alle andere centrumgebieden in het aanbod in winkeloppervlak beperkter. In aantal winkels is alleen in het centrum van Gemert de branchegroep mode en luxe sterker vertegenwoordigd (36 winkels). De hoeveelheid winkels in Asten in deze branchegroep is vergelijkbaar met Someren, in Nederweert en Tegelen blijft het aantal winkels beduidend achter.

Vrije tijd en in & om het huis op niveau

In de branchegroep vrije tijd neemt het centrum van Someren de derde plek in, volgend op de centra van Tegelen en Gemert. Geconcludeerd kan worden dat ook het aanbod binnen deze branchegroep redelijk op peil is. Ook in de branchegroep in & om het huis neemt Someren-centrum een derde plaats in. Het aanbod in deze branchegroep is met 2.915 m² wvo en 11 winkels in Someren-centrum groter dan in Asten en Tegelen, maar blijft in omvang flink achter ten opzichte van Gemert en Nederweert. Hier heeft het aanbod een omvang van respectievelijk 5.633 m² wvo en 4.944 m² wvo. In Gemert is dit te danken aan het uitgebreide aanbod in de branches plant & dier en wonen en in Nederweert aan het uitgebreide aanbod in de branche wonen.

Leegstand

Ook uit de benchmark blijkt dat de leegstand in aantal panden beperkt is in Someren-centrum. Ten opzichte van de andere plaatsen is de leegstand in Someren in aantal panden het laagst. In win-

keloppervlak is de leegstand van normale omvang: de leegstand in Tegelen en Nederweert is groter.

Samenvattend

Uit de benchmark wordt het eerdere brancheringsbeeld voor Someren-centrum bevestigd:

- Beperkt aanbod in de dagelijkse sector.
- Sterk en bovengemiddeld aanbod in de branches mode en luxe.
- Redelijk aanbod in de branches vrije tijd.
- De branche in en om het huis op gemiddeld niveau mede ook door de ontwikkeling van de perifere detailhandel buiten het centrum.
- Leegstand is redelijk beperkt, maar wordt wel beïnvloed door 1 grote leegstaande ruimte.



Tabel 2.4: Benchmark winkelaanbod centrumgebieden

| | Someren | | Asten | | Gemert | | Nederweert | | Tegelen | |
|-------------|---------|--------------------|-------|--------------------|--------|--------------------|------------|--------------------|---------|--------------------|
| | a.w. | m ² wvo | a.w. | m ² wvo | a.w. | m ² wvo | a.w. | m ² wvo | a.w. | m ² wvo |
| Dagelijks | 14 | 3.661 | 19 | 4.359 | 18 | 4.545 | 17 | 4.328 | 17 | 3.698 |
| Mode & Luxe | 31 | 6.668 | 32 | 5.345 | 36 | 5.363 | 19 | 3.341 | 23 | 3.342 |
| Vrije Tijd | 6 | 1.093 | 4 | 809 | 7 | 1.240 | 6 | 843 | 9 | 1.323 |
| In/Om Huis | 11 | 2.915 | 8 | 2.105 | 14 | 5.633 | 15 | 4.944 | 16 | 2.709 |
| Overig | - | - | - | - | 3 | 138 | 4 | 625 | 1 | 50 |
| Leegstand | 5 | 1.548 | 9 | 657 | 6 | 777 | 11 | 1.952 | 24 | 3.272 |
| Totaal | 62 | 14.337 | 63 | 12.618 | 78 | 16.919 | 72 | 16.033 | 66 | 11.122 |

Winkelaanbod gemeente Someren en gemeente Asten vergeleken

Omdat er in de gemeente Asten redelijk wat winkelaanbod buiten het centrum gelegen is, is het aanbod in Someren ook op gemeenteniveau vergeleken met Asten. In de bijlage is de benchmark van het winkelaanbod in de gemeente Someren en Asten opgenomen. Uit de vergelijking valt het volgende te concluderen:

- Het aanbod aan levensmiddelen in de gemeente Someren blijft in omvang fors achter op Asten (3.881 m² wvo t.o.v. 5.325 m² wvo). Dit wordt uiteraard voor een belangrijk deel verklaard door de aanwezigheid van vier supermarkten in Asten. Het aanbod aan supermarkten is in werkelijkheid nog groter omdat Locatus de Attent supermarkt op Prinsenmeer niet meegenomen heeft. Deze supermarkt zorgt ervoor dat een deel van de campinggasten zijn inkopen hier doet.

- In de warenhuisbranche (vertegenwoordigd door Hema) is het aanbod in Asten beduidend groter dan in Someren.
- Ten opzichte van de gemeente Asten heeft de gemeente Someren een ruim aanbod in de branches schoenen en lederwaren, media, plant & dier, doe-het-zelf en wonen.
- Daarentegen zijn in de gemeente Someren in vergelijking tot de gemeente Asten de branches antiek & kunst, sport & spel, bruin & witgoed en auto & fiets beperkt aanwezig.
- Het aanbod in de branches persoonlijke verzorging, kleding & mode, juwelier en optiek, huishoudelijke- en luxe artikelen en hobby is in beide gemeenten van vergelijkbare omvang.
- De leegstand in winkelmeters is in beide gemeenten ongeveer gelijk (circa 2.300 m² wvo) terwijl het aantal panden dat leeg staat in Asten aanzienlijk hoger ligt (12 t.o.v. 17 panden).

Uiteraard zullen deze verhoudingen de komende periode veranderen als de diverse plannen (o.a. Midas in Asten) zijn/worden uitgevoerd (zie ook paragraaf 4.2).

2.6 Winkelaanbod in de tijd

Schaalvergroting supermarkten

In 1992 heeft het IMK een ruimtelijk-economisch structuuronderzoek uitgevoerd voor de gemeente Someren. Wanneer het winkelaanbod in de Someren-Dorp in 1992 wordt vergeleken met het winkelaanbod in 2010, dan zien we dat het aantal winkels in de dagelijkse artikelensector flink is afgenomen (van 27 naar 17 winkels) en dat het winkeloppervlak ongeveer gelijk gebleven is. Het

supermarktaanbod van 5 supermarkten in 1992 (Jan Linders, Albert Heijn, Jumbo, Edah, Basismarkt) is teruggedaan naar 2 supermarkten in 2010 (Albert Heijn en Jumbo). Hier laat de schaalvergroting zich nadrukkelijk zien.

Omvang niet-dagelijkse artikelensector met eenderde gestegen

Het niet-dagelijks winkelaanbod is in aantal met ongeveer 15% gestegen en in omvang bijna met eenderde gestegen. Dit is met name toe te schrijven aan een uitbreiding in de branches schoenen en lederwaren, kleding en mode (in beide branches is circa 1.500 m² toegevoegd) en wonen (circa 4.000 m² wvo toegevoegd).

Tabel 2.5: Winkelaanbod Someren-Dorp vergeleken in de tijd

| | Someren-Dorp 2010 | | Someren-Dorp 1992 | |
|---------------------------|----------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| | Aantal | m ² wvo | Aantal | m ² wvo |
| Dagelijkse artikelen | 17 | 3.781 | 27 | 3.825 |
| Niet-dagelijkse artikelen | 71 | 26.290 | 62 | 17.525 |
| Totaal detailhandel | 88 | 30.071 | 89 | 21.350 |

2.7 Overig aanbod publieksfuncties in het centrum

Gemiddeld horeca-aanbod

De gemeente Someren beschikt over in totaal¹² 44 horeca-zaken. De grote meerderheid van het aanbod (20 zaken, 45%) betreft drankverstrekkers (cafés en bars). Er zijn 11 fastfoodzaken (snackbars, grillrooms), 9 restaurants, 2 hotels en 2 partycaterers aanwezig.

¹² Bron: Bedrijfschap Horeca en Catering (2010)

Per 10.000 inwoners komt het totale aanbod qua aantal zaken ongeveer overeen met het gemiddelde in Noord-Brabant: 24 zaken t.o.v. 25 zaken gemiddeld. Verhoudingsgewijs beschikt de gemeente Someren over een zeer gemiddeld aanbod, enkel het aanbod in de restaurantsector blijft enigszins achter (5 zaken t.o.v. 6 zaken gemiddeld). De kwaliteit van het aanbod is overwegend redelijk tot goed.



Ruim eenderde van het horeca-aanbod bevindt zich in Someren-centrum

Circa 36% van het horeca-aanbod, 16 zaken, is in het centrum van Someren gevestigd¹³. In het centrum is de meeste horeca geconcentreerd rond het Wilhelminaplein (8 zaken). Hier zijn diverse cafés, restaurants, hotel-restaurants (Hotel Centraal en Gasterij Krabben-dam), een ijssalon en een cafetaria gesitueerd. Verschillende horecazaken aan het Wilhelminaplein hebben een terrasfunctie, wat de randen van het plein een gezellige uitstraling geeft. Vooral Het Wapen van Someren en Hotel Centraal zijn door hun kwaliteitsniveau en uitstraling opvallende elementen. Aan het plein is ook

¹³ Bron: Locatus (oktober, 2010)

avondhoreca aanwezig, zoals 't Summers Kontakt, Dance-bar D'n Boemelaer en Ut Roadhoiske. Hotel Centraal beschikt over het meest veelzijdige concept met een restaurant, grand-café, hotel en 2 zalen. Op korte afstand van Hotel Centraal ligt ook nog Huize Hockers met een bijzondere gemengde functie.

Daarnaast zijn er verschillende horecazaken te vinden in het zuidelijke gedeelte van het centrum rond de Postelstraat, het Postelplein en de Floreffestraat (Café-zaal In D'n Herberg, cafetaria 't Klumpke, lunchroom 't Zunneke, broodjeszaak Jam Jamm¹⁴ en pizzeria Santa Marina). Hiermee is zeker een aanzet voor een tweede horeca-cluster aanwezig. Broodjeszaak Jam Jamm gaat naar het Wilhelminaplein verplaatsen.

Opmerkelijk is verder dat er in de Postelstraat maar ook in het gehele centrum slechts beperkt winkelondersteunende horeca (lunchroom, eetcafé, croissanterie) aanwezig is.

Overige dienstverlening

Het centrum van Someren telt verder 8 ambachtbedrijven (7 kappers en 1 copyshop), 7 particuliere dienstverleningsinstellingen (makelaars, reisbureau, fotostudio, uitzendbureau, stomerij), 5 financiële instellingen (banken, financieel interims en postkantoor) en 1 verhuurbedrijf (videotheek). Deze zaken bevinden zich voornamelijk verspreid over de Postelstraat en het Wilhelminaplein. Opvallend genoeg zit nog relatief veel dienstverlenend aanbod centraal in de Postelstraat.

¹⁴ Broodjeszaak Jam Jamm zal verplaatsen van de Floreffestraat naar het Wilhelminaplein naar het pand van Foto Hulster. Foto Hulster zal per juli stoppen

Cultuur

In- en rond het centrum van Someren wordt het cultureel aanbod gevormd door sociaal-cultureel centrum De Ruchte, Het Heemhuis, de VVV en de bibliotheek. De VVV is gelegen in de Terhofstadlaan, vlakbij het Wilhelminaplein, bij het oude pand van Jan Linders. Hui-ze Hockers aan de Spielheuvelstraat vervult eveneens een culturele functie.

Warenmarkt

Op woensdag wordt er tweewekelijks (in de even weken) van 9.00 uur tot 12.00 uur een warenmarkt gehouden op het Wilhelminaplein in het centrum van Someren. In de oneven weken vindt op woensdagochtend de markt in Asten plaats. Er is de wens uitgesproken om te komen tot een weekmarkt.

Standplaatsen

In Someren-Dorp zijn 8 vergunningen voor standplaatsen vergeven. Op dinsdag, donderdag en zaterdag mag er een viskraam staan, op zaterdag en zondag een loempiakraam en op dinsdag en vrijdag een doner kebabkraam. Op maandag mag er een wagen van de CZ-groep staan. Er staan nog 7 kramen op de wachtlijst. Hieronder bevinden zich onder andere een groentekraam, een viskraam en verschillende loempia- en doner kebabkramen.

2.8 Ruimtelijk-functionele analyse centrum

2.8.1 Opbouw van de winkelstructuur

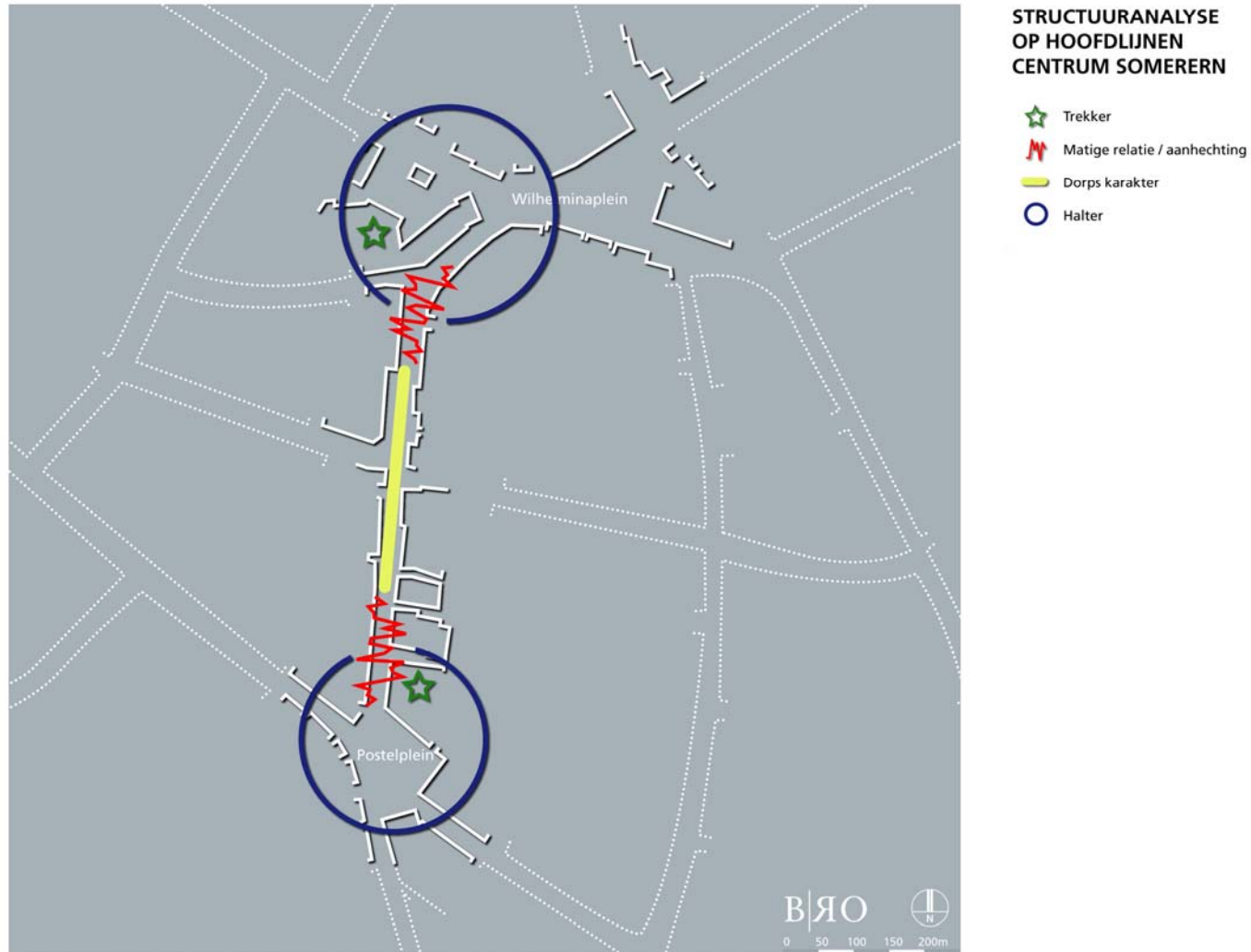
Halterstructuur aan de basis Someren-centrum

De lintvormige winkelstructuur in Someren-centrum wordt gedomineerd door de Postelstraat als centrale verbindingas. Het Wilhelminaplein e.o. (inclusief Jumbo) en het Postelplein e.o. (inclusief de AH-supermarkt) begrenzen deze winkelstructuur op de koppen. Tezamen is sprake van een haltervormige structuur. Hiermee heeft het winkelgebied een langgerekt, lineair karakter waar van circuitvorming geen sprake is. Zowel voor de beide halters als voor de centrale as (Postelstraat) zijn er volop kansen om binnen de bestaande structuur tot versterking te komen. Verderop in deze visie zal daar op worden teruggekomen. In figuur 2.6 is de halterstructuur weergegeven.

Kernwinkelgebied

Het kernwinkelgebied voor het centrum van Someren is vastgelegd in het bestemmingsplan Middengebied. In dit plan wordt een onderscheid gemaakt in de bestemmingen kernwinkelgebied en gemengd gebied. Het kernwinkelgebied omvat de Postelstraat, Wilhelminaplein, de koppen van de Ter Hofstadlaan, de Spielheuvelstraat en de Verdonckstraat. In figuur 2.7 is de begrenzing van het kernwinkelgebied conform het bestemmingplan benoemd.

Figuur 2.6: Structuuranalyse op hoofdlijnen centrum Someren



En de aanloopgebieden....

De straten die aanhaken op de Postelstraat en het Wilhelminaplein namelijk het Postelplein, delen van de Floreffestraat, de Kerkstraat, de Speelheuvelstraat, de Kanaalstraat en de Dorpsweg hebben de bestemming gemengde doeleinden. Dit typeert meteen het tweede wezenlijke onderdeel van de winkelstructuur in Someren-centrum en wel de aanloopgebieden als uitlopers van het kernwinkelgebied. Hier waait de winkelstructuur als het ware weg de woongebieden in. In de aanloopgebieden is de winkelfunctie relatief beperkt. Er is geen dominante uitloper aanwezig, de Floreffestraat telt nog de meeste centrumfuncties.

Horeca sterk geconcentreerd rond het Wilhelminaplein

In de vorige paragraaf is al geconstateerd dat de horeca in Someren-centrum zich heel sterk concentreert rondom het Wilhelminaplein. Daarnaast zijn er in de omgeving van de Postel ook verschillende horecazaken aanwezig.

Spreiding van de trekkers

De doorbloeding van het centrum wordt gevoed door de supermarkten die zich als belangrijkste publiekstrekkers op de koppen van de Postelstraat bevinden (nabij Wilhelminaplein en Postelplein). Dit is zonder meer een kwaliteit van het centrum, hiermee wordt ook de balans in het centrum bewaakt. De andere belangrijke subtrekkers zoals Hema, Scapino, Action, Kruidvat, Blokker en Schoenenreus zijn redelijk evenwichtig verspreid over de halterstructuur. Hierdoor ondersteunen deze winkels de hoofdstructuur goed. Dit neemt niet weg dat er altijd kansen zijn voor verbetering. Zo is bijvoorbeeld de meerwaarde van de Hema als belangrijke subtrekker

in de Postelstraat nog te beperkt. Deze zou met een grotere omvang en betere zichtbaarheid veel sterker kunnen zijn. Dit geldt feitelijk ook voor de wat afzijdige ligging van de Action.



Speciaalzaken zijn beperkt geclusterd

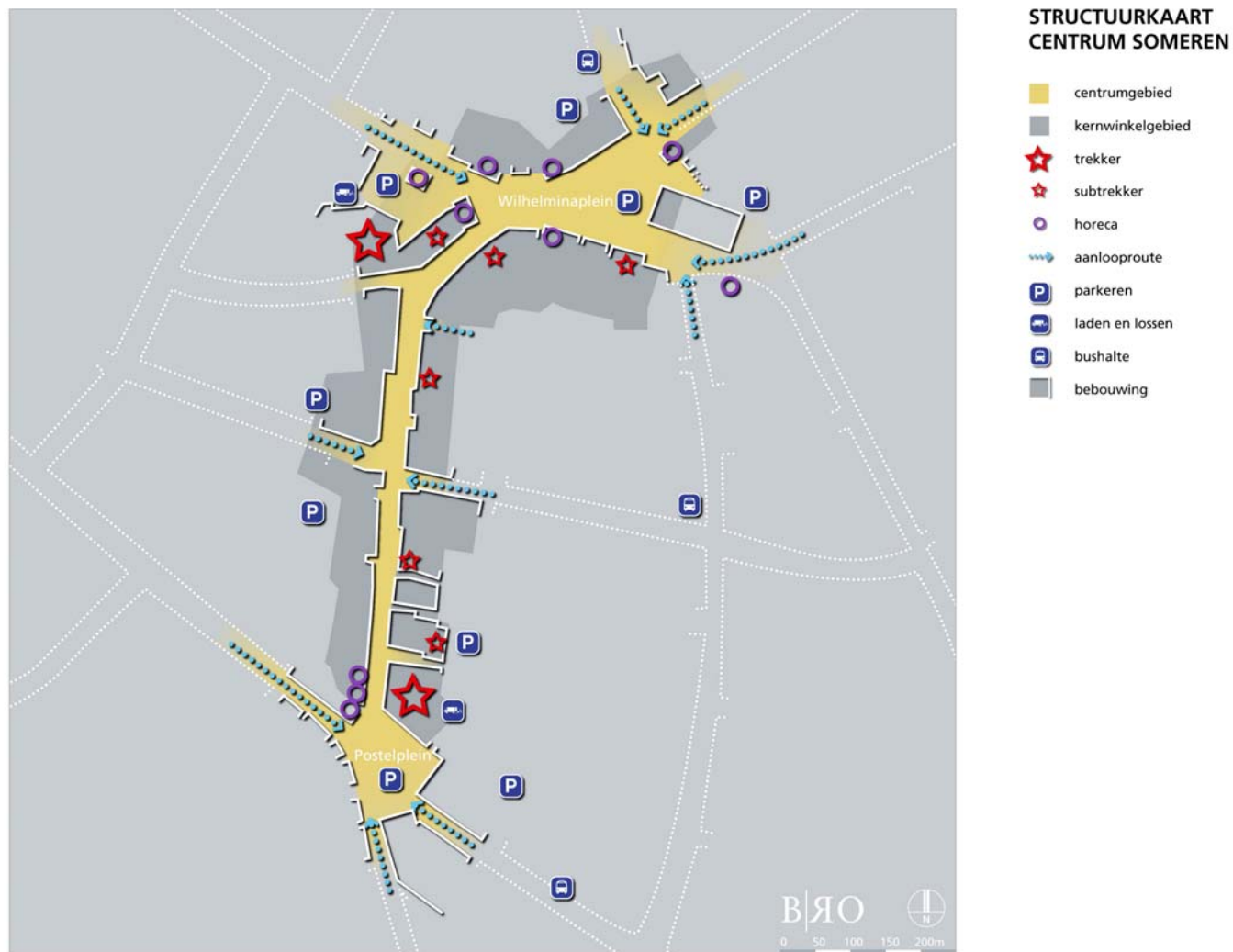
Het aanbod in de dagelijkse artikelensector is nog beperkt geclusterd. Er zijn twee locaties waar sprake is van enige clustering, aan de Postelstraat in de omgeving van Albert Heijn (slager, bakker en versmarkt) en aan de Floreffestraat (bakker, kaaswinkel, slijterij).

Leegstand vooral aan de randen

De 5 leegstaande panden concentreren zich grotendeels aan de randen van het centrumgebied (o.a. De Meer, Wilhelminaplein, De Postel). In de Postelstraat zelf staat slechts één pand leeg (oude ING pand).

Onderstaand zal vervolgens een beknopte analyse worden uitgevoerd van de verschillende deelgebieden in het centrum van Someren.

Figuur 2.7: Structuurkaart centrum Someren



In figuur 2.7 is de structuur van het centrum van Someren (afbakening kernwinkelgebied, (sub)trekkers, horeca, aanlooproutes, parkeren etc.) weergegeven.

2.8.2 De deelgebieden nader ingezoomd

De Postelstraat: belangrijkste winkelstraat

De Postelstraat heeft een langgerekte, ietwat gebogen structuur waardoor de zichtlijnen vanuit het Wilhelminaplein niet optimaal zijn. Vanaf het plein wordt daarmee de winkelfunctie van de Postelstraat te beperkt ervaren. Uiteraard is de winkelfunctie dominant in de Postelstraat. Dit blijkt ook wel uit de aanwezigheid van de diverse subtrekkers, landelijke filiaalbedrijven en lokale speciaalzaken. Op diverse plekken wordt de winkelwand onderbroken worden door woonpanden en (grote) panden met een dienstverlenende functie (Meeus, ABN/AMRO, voormalig ING). Dit komt de totale winkelbeleving niet ten goede. Dit beeld openbaart zich vooral in het middengedeelte van de Postelstraat. Er zijn hierdoor nog goede mogelijkheden voor verdere verdichting met winkelfuncties en/of winkelondersteunende horeca centraal in de winkelstructuur.



De Postelstraat: alsof de tijd stil heeft gestaan...

De totale sfeer en beleving van de Postelstraat als aantrekkelijk winkel- en verblijfsgebied kan sterk worden verbeterd. Juist het middengedeelte van de straat is een in potentie aantrekkelijk deel vanwege het ruimere profiel tussen beide straatzijden en de aanwezigheid van groen (bomenrij).

BRO signaleert de volgende vooral ruimtelijke knelpunten in de Postelstraat:

- Het verkeer en de parkeerplaatsen zijn dominant aanwezig in de Postelstraat. Dankzij de hoge verkeersintensiteit ontstaan er onveilige situaties en is er sprake van een slechte overstekbaarheid. Hoewel het parkeren voor de deur van toegevoegde waarde is voor de winkels, doet dit afbreuk aan de winkelbeleving in de straat.
- Er is weinig ruimte voor voetgangers in de Postelstraat.
- De samenhang in de openbare ruimte ontbreekt door de aanwezigheid van veel verschillende verhardingsmaterialen en kleuren. Tevens is het straatmeubilair divers en verouderd.
- Het aantal bomen in de Postelstraat is beperkt en de aanwezige groene hagen komen onvoldoende tot hun recht.
- De uitstraling van de panden laat op veel plekken te wensen over. De beeldkwaliteit van de panden waarin meerdere winkels zijn gehuisvest is in veel gevallen niet eenduidig. Dit komt ook de presentatie niet ten goede.

Het lijkt wel alsof de tijd een aantal jaren stil heeft gestaan in de Postelstraat. De dynamiek ontbreekt. Gelukkig komt daar nu snel verandering in. Het invoeren van eenrichtingsverkeer, de blauwe zone (parkeerschijfzone) en de herinrichting van de openbare ruim-

te in de Postelstraat zullen zonder meer een kwaliteitsimpuls geven aan de straat.

Het Wilhelminaplein: verblijfsplein met parkeerfunctie

Het Wilhelminaplein heeft een moderne inrichting. Het plein beslaat een grote, open ruimte. Juist hierdoor functioneert het plein los van de voorzieningen rondom het plein (met uitzondering van het gemeentehuis). De wanden worden immers gescheiden van het plein door de weggedeelten. Hierdoor zijn de terrassen en de winkels niet op of aan het plein gelegen. Het parkeren heeft de overhand op het Wilhelminaplein.

Op het Wilhelminaplein is functioneel gezien een mix van horeca en detailhandelsvoorzieningen aanwezig. Op de kop van het Wilhelminaplein is een aantal horecazaken geclusterd met een terrasfunctie die het Wilhelminaplein een gezellig en dorps karakter geven (Het Wapen van Someren, Hotel Centraal, 't Summers Kontakt). Het Wapen van Someren draagt bij aan een aantrekkelijke entree tot de Postelstraat. Uiteraard heeft het gemeentehuis een markante plek in het midden van het plein.

In de zuidelijke wand van het Wilhelminaplein is een ijssalon, cafetaria, TNT, schoenenzaak, woonwinkel, Scapino en een café gevestigd. Naast Scapino staat nog een pand van circa 400 m² wvo leeg. De zuidwestelijke wand van het Wilhelminaplein heeft een minder aantrekkelijke uitstraling. Voorbij het gemeentehuis bevinden zich ook nog een aantal commerciële voorzieningen. Deze liggen vanaf het Wilhelminaplein gezien enigszins verscholen achter het gemeentehuis. Het betreft een printshop, lingeriezaak, kapper, hotelrestaurant en een Multimate-bouwmarkt.

Aan de noordelijke zijde van het Wilhelminaplein bevindt zich vanuit het horecacluster gezien een bloemist, dorpscafé, kapper, apotheek, opticien en boekhandel. Deze boekhandel, van der Moosdijk, vormt een lokale trekker op de hoek van het Wilhelminaplein - Terhofstadlaan.



Postelplein: parkeerplein zonder verblijfswaarde

Het Postelplein fungeert nog niet als 'zuidelijke poort' tot het kernwinkelgebied omdat het plein feitelijk geen onderdeel uitmaakt van het (winkel)centrum. Het aantal panden met een publieksgerichte functie aan het plein is zeer beperkt (café-zaal, makelaarskantoor, bank). De noordelijke pleinwand wordt gedomineerd door blinde wanden en achterkanten. Het plein mist gezelligheid en heeft geen verblijfsfunctie. De parkeerfunctie is dominant op het plein aanwezig. Bijzondere blikvanger op het plein is het pand van de Rabobank.



De aanloopgebieden c.q. de uitlopers

De straten die aanhaken op de Postelstraat en het Wilhelminaplein vormen de aanloopgebieden ofwel de uitlopers van het centrum.

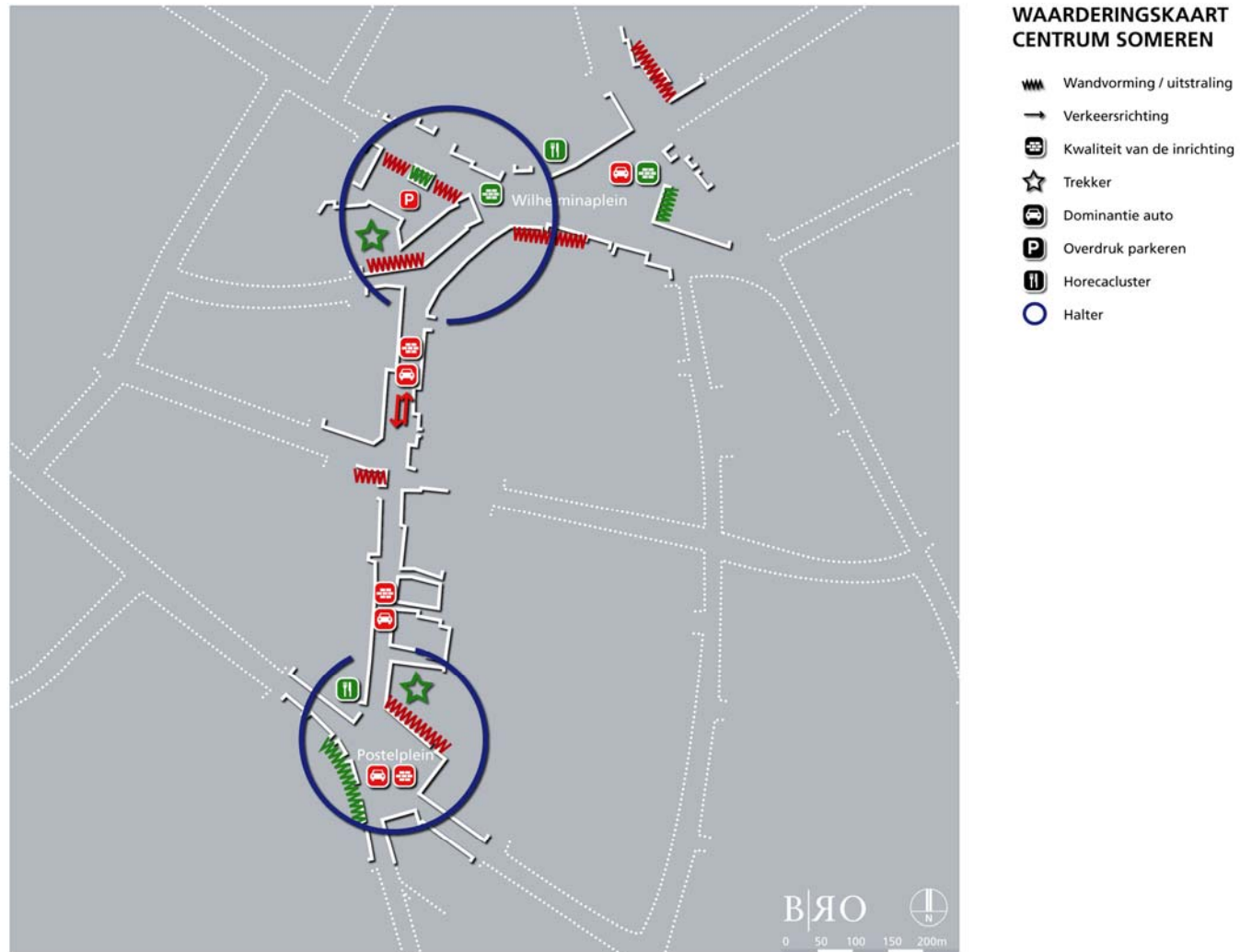
- In de noordelijke uitloper van het Wilhelminaplein, de Kanaalstraat, zijn naast Maxwell enkele kwaliteitsvolle zaken gevestigd (bloemist, schoenzaak, juwelier). De samenhang tussen de zaken ontbreekt. Maxwell is van afstand moeilijk zichtbaar door de teruggelegen locatie. Door de beoogde nieuwbouw op de locatie Kanaalstraat 4 (De Bloemenstee) kan het aanzien van deze hoek in het centrum versterkt worden.
- In de Ter Hofstadlaan, grenzend aan de Kanaalstraat en het Wilhelminaplein, staat het voormalige pand van Jan Linders leeg. Hier is de VVV en een videotheek gevestigd. Het pand van Jan Linders heeft een gedateerde uitstraling.
- In de Speelheuvelstraat, aan de noordzijde van de Postelstraat, heeft Jumbo een grote trekkracht. Midden op het parkeerplein voor Jumbo is Huize Hockers gevestigd in een karakteristiek pand. Huize Hockers biedt met de multifunctionele bestemming (koffie- en theeschenkerij, galerie, voorstellingen, vergaderkamers) een zeer bijzondere functie aan. Aansluitend naast Jumbo

is er een opticien, een bakker en een kledingzaak gevestigd. Vanwege de grote trekkracht kampt Jumbo met parkeer- en laad- en los problemen. Het parkeerterrein bij Jumbo zorgt voor een groot gat in de wandbebouwing (beide zijden van het voormalige politiekantoor). Hierdoor vloeit de openbare ruimte weg in het achtergelegen parkeerplein. De wanden van het parkeerplein bestaan uit de entree van Jumbo en de achterkanten van bebouwing en woningen. Hierdoor is het plein geen prettige verblijfsruimte in de avonden, er is geen sociale controle. Daarmee komt het markante Huize Hockers in deze omgeving ook onvoldoende tot recht.

- In de Verdonckstraat, halverwege de Postelstraat, bevinden zich op Vögele en een dienstverlenend bedrijf na, geen commerciële functies.
- In de Floreffestraat, ten zuiden van de Postelstraat, bevindt zich een kwalitatief goed aanbod aan versspecialzaken, enkele modische winkels, een electrozaak en enkele horecazaken. Feitelijk is dit de aanloopstraat met het meest doorontwikkelde aanbod.
- In de Kerkstraat, ook ten zuiden van de Postelstraat, zijn een apotheek, een kapper en twee volledige medische centra aanwezig. Hier is sprake van functiemenging met een accent op zorg.

In figuur 2.8 is de waarderingskaart voor het centrum van Someren opgenomen.

Figuur 2.8: Waarderingskaart centrum Someren



2.9 Bereikbaarheid en parkeren centrum

Lokale en regionale bereikbaarheid goed

Someren-centrum is centraal gelegen ten opzichte van de diverse omliggende woonwijken. De lokale bereikbaarheid is goed. Ook de bereikbaarheid vanuit de verschillende kernen en vanuit de regio is redelijk tot goed.

Verkeersknelpunten vooral in en nabij de Postelstraat

Door de diverse ontwikkelingen (o.a. hoge parkeerdruk, laden en lossen) is de verkeersonveiligheid van de Postelstraat e.o. de laatste jaren sterk toegenomen. Dit heeft geleid tot de volgende knelpunten¹⁵:

- Vele klachten van bewoners en winkeliers m.b.t. veiligheid en parkeren;
- Onveilige situatie voor fietsers en voetgangers in de Postelstraat;
- Onveilige situatie kruispunt Wilhelminaplein – Postelstraat – Spielheugelstraat;
- Onveilige situatie parkeerterrein Jumbo;
- Schoolroute via Molenstraat – Verdonckstraat ondervindt een knelpunt op de kruising met de Postelstraat;
- Slechte overstekbaarheid van de Postelstraat voor m.n. de voetgangers;
- Trottoirs zijn niet prettig toegankelijk voor minder validen.

Nog steeds maakt veel doorgaand verkeer gebruik van de Postelstraat. De gemeente gaat derhalve over tot het instellen van één-

richtingsverkeer in deze straat. Hierdoor wordt doorgaand verkeer ontmoedigd en ontstaat ruimte voor een verkeersveiliger inrichting. Voordat éénrichtingsverkeer wordt ingesteld is het noodzakelijk dat de Postelstraat, inclusief het kruispunt met de Spielheugelstraat en het Wilhelminaplein, wordt heringericht. Bij deze herinrichting dient een goede balans gevonden te worden tussen veiligheid, leefbaarheid en parkeren. Uit onderzoek is gebleken dat het de beste oplossing is om éénrichtingsverkeer in zuidelijke richting in te stellen.

Ruim 700 parkeerplaatsen in centrumgebied

In en nabij het centrum van Someren zijn circa 710 parkeerplaatsen aanwezig. De belangrijkste parkeerlocaties voor het centrum van Someren vormen de parkeerterreinen Spielheugelstraat (Jumbo), Postelpark (Albert Heijn), Verdonckstraat en Postel. Daarnaast wordt er onder andere ook veel geparkeerd ten behoeve van centrumbezoek in de Postelstraat, Spielheugelstraat, Hoornmanstraat, Floreffestraat en Kerkstraat.

Instellen parkeerschijfzone

Door de gemeente Someren is een eigen parkeeronderzoek uitgevoerd. Daaruit is naar voren gekomen dat de parkeerbalans voor het gehele centrum in orde is. Alleen is er op belangrijke locaties sprake van langparkeerders die parkeerplaatsen voor bezoekers bezet houden. De parkeerdruk concentreert zich met name rond de supermarktlocaties in de omgeving van Albert Heijn en Jumbo. Vooral op het parkeerterrein Spielheugelstraat bij de Jumbo is de parkeerdruk te hoog (<85%)¹⁶. Dankzij de hoge parkeerdruk in het

¹⁵ Bron: Gemeente Someren, Verkeersproblematiek Postelstraat

¹⁶ Bron: Gemeente Someren, Verkeersproblematiek Postelstraat

centrum ontstaat er veel zoekverkeer en is sprake van uitwijkgedrag. Daarnaast vormt het laden en lossen in de Postelstraat en bij de Jumbo een probleem. Uit het onderzoek is echter ook naar voren gekomen dat aan de rand van het centrum voldoende parkeerplaatsen onbenut blijven.

Om een betere verdeling van kort- en langparkeerders over het centrum te bereiken is besloten om een parkeerschijfzone in te stellen. Hierop wordt nader ingegaan in paragraaf 4.3.2.

Onderlinge koppeling parkeerplaatsen

Voor de bereikbaarheid van de parkeerplaatsen blijft de Postelstraat een belangrijke aanvoeras. Er is nog maar beperkt sprake van een onderlinge koppeling van de parkeerplaatsen via een parkeerroute. Bij de toekomstige doorontwikkeling van het centrum van Someren is het belangrijk om te blijven zoeken naar de mogelijkheden om parkeerlocaties en de bereikbaarheid daarvan onderling te koppelen. Op deze wijze kan ook de Postelstraat verder worden ontlast voor bijvoorbeeld de bevoorrading.

2.10 Sterkte-zwakke analyse aanbodstructuur

Sterke punten

- Uitgebreid en kwalitatief goed aanbod foodspecialzaken.
 - Twee sterke supermarkten als trekkers.
 - Breed aanbod in de kleding en mode-branche, goede mix filiaalbedrijf en (veel) lokale aanbieders.
 - Ruim en gevarieerd aanbod aan schoenenwinkels.
 - Ruim aanbod in de doe-het-zelf branche.
 - Ruim aanbod in de woonbranche dankzij bijzondere aanbieders Sonnemans en Wijnen Wonen.
 - Het aantal leegstaande panden in het centrum is beperkt.
 - Goede doorbloeding centrum dankzij supermarkten op de koppen. Halterstructuur als sterke basis voor het centrum.
 - Redelijk evenwichtige spreiding subtrekkers over de Postelstraat.
 - Het Wilhelminaplein heeft een moderne inrichting.
 - Concentratie horeca rond Wilhelminaplein geeft het plein een gezellig en dorps karakter.
 - Gratis parkeren dichtbij de winkels is een kwaliteit.
 - Centrum is goed bereikbaar.
 - Centrum biedt voldoende ruimtelijke mogelijkheden voor dynamiek
-

Zwakke punten

- Beperkte diversiteit supermarktaanbod. (Nog) geen discountaanbod. (Hierin zal de komende periode worden voorzien door de ontwikkeling Kerkstraat 30).
 - Aanbod op het gebied van sport & spel en hobby is beperkt.
 - Weinig winkelondersteunende horeca in de Postelstraat.
 - De Hema is klein van omvang en heeft een ondergeschikte positie in de Postelstraat.
 - De warenmarkt in het centrum van Someren is beperkt van functie.
 - Postelstraat als langgerekte winkelstraat, te veel niet-winkelfuncties als onderbreking in de Postelstraat.
 - De verblijfskwaliteit in de Postelstraat laat te wensen over (weinig gezellige en leuke plekken).
 - De inrichting van de openbare ruimte in de Postelstraat is gedateerd. Er is ook sprake van weinig groen.
 - De kwaliteit van de gevels in de Postelstraat is op veel plekken matig.
 - Winkelfunctie Postelstraat is beperkt zichtbaar vanaf Wilhelminaplein.
 - Het Postelplein levert vanwege haar matige uitstraling een beperkte bijdrage aan het verblijfs- en winkelklimaat en vervult geen entreefunctie tot het centrumgebied.
 - Grote open ruimte Wilhelminaplein, functies liggen niet aan het plein maar worden gescheiden door de weg.
 - Matige kwaliteit en beleving zuidwestelijke wand Wilhelminaplein (omgeving postkantoor).
 - Dominantie autoverkeer in de Postelstraat. Dit leidt ook tot onveilige situaties.
 - Parkeerdruk op het centrum hoog, met name parkeerlocaties supermarkten.
 - Geen scheiding kort- en langparkeren.
 - Laden en lossen is een probleem in de Postelstraat en bij Jumbo.
 - Beperkte onderlinge koppeling en herkenbaarheid parkeerplaatsen.
 - Parkeerbezetting is niet evenwichtig verdeeld.
-

3. ANALYSE VRAAGSTRUCTUUR VOORZIENINGEN

Verschillende aspecten zijn van invloed op het huidig en toekomstig functioneren van de voorzieningen in de gemeente, de kern en het centrum van Someren. In dit hoofdstuk wordt gekeken naar de achterliggende factoren, zoals bevolkingsontwikkeling, bestedingen en koopstromen. Deze factoren bepalen mede het economisch functioneren. In paragraaf 3.4 zal vervolgens door de confrontatie van de vraag- (hoofdstuk 3) en aanbodgegevens (hoofdstuk 2) het economisch functioneren van het winkelaanbod worden bepaald. In hoofdstuk 4 komt het toekomstig economisch functioneren van het winkelaanbod aan bod.

3.1 Bevolking

Op 1 januari 2011 bedroeg het inwonertal in de gemeente Someren 18.314 inwoners¹⁷. Hiervan wonen circa 16.150 inwoners in de kern Someren en circa 2.165 inwoners in de kern Lierop. De bevolking in de gemeente zal de komende jaren licht toenemen naar circa 18.400 inwoners in 2015 en 18.600 inwoners in 2020¹⁸. Dit is ten opzichte van 2010 een toename van circa 2%.

¹⁷ Gemeente Someren

¹⁸ Provincie Noord-Brabant, de ontwikkeling van de bevolking in Noord-Brabant, 2008 - 2040

Tabel 3.1: Aantal inwoners gemeente Someren

| | Aantal inwoners 1 januari 2011 |
|-------------------------|--------------------------------|
| Someren-Dorp | 11.411 |
| Someren-Eind | 3.286 |
| Someren-Heide | 1.452 |
| Totaal kern Someren | 16.149 |
| Kern Lierop | 2.165 |
| Totaal gemeente Someren | 18.314 |

Tabel 3.2: Bevolkingsprognose gemeente Someren

| | 2008 | 2010 | 2015 | 2020 |
|---------|--------|--------|--------|--------|
| Someren | 18.210 | 18.305 | 18.415 | 18.600 |

Woningvoorraad gemeente Someren

In 2008 is door de Provincie Noord-Brabant de prognose voor de woningbehoefte geactualiseerd. De huidige woningbehoefte in de gemeente Someren is circa 7.160. Tot 2015 zal de woningbehoefte nog toenemen tot circa 7.760 en tot 2020 tot circa 8.040. Een splitsing op kern- of wijkniveau is niet bekend.

Tabel 3.3: Woningbehoefteprognose gemeente Someren

| | 2008 | 2010 | 2015 | 2020 |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| Someren | 6.900 | 7.160 | 7.760 | 8.040 |

3.2 Inkomensniveau

Het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Someren ligt met € 12.500,- per hoofd van de bevolking per jaar circa 6% onder het landelijke gemiddelde inkomen van € 13.300,-¹⁹. In de distributieplanologie is het gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen indien het inkomensniveau meer dan 5% afwijkt van het landelijke gemiddelde. Daarom hanteren we gecorrigeerde bestedingscijfers voor het benaderen van het economisch functioneren. Hierbij wordt uitgegaan van een inkomenselasticiteit van 0,25% in de dagelijkse en 0,50% in de niet-dagelijkse artikelensector. De gecorrigeerde bestedingen per hoofd van de bevolking per jaar bedragen in Someren circa € 2.177,- aan dagelijkse en circa € 2.502,- aan niet-dagelijkse artikelen.²⁰

3.3 Koopkrachtbinding- en toevloeiing

Koopstromen dagelijkse artikelensector

De meest recente gegevens over de koopstromen in de gemeente Someren zijn te herleiden uit het Koopstromenonderzoek van het SRE uit 2009. Ten tijde van dit onderzoek is een koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector op de gemeente Someren gemeten van 79%. Dit is relatief laag ten opzichte van de landelijke kengetallen (circa 90%), maar ook ten opzichte van de eerdere metingen in 1992 in Someren (92%).

¹⁹ Bron: CBS 2009, peiljaar 2006

²⁰ HBD 2010, omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijke economisch onderzoek (augustus 2010)

Afname koopkrachtbinding dagelijkse artikelensector

Als de resultaten uit 1992 worden vergeleken met de meting 2009, is sprake van een forse daling van de koopkrachtbinding. De teruggang in het aantal supermarkten en het ontbreken van discountaanbod in de supermarktsegmentatie in Someren zijn hiervoor de belangrijkste verklaringen. Binnen de kern Someren is sprake van relatief veel koopkrachtafvloeiing naar Asten. De koopkrachtbinding vanuit de gemeente Someren op het centrum van Someren is, in de lijn van het voorgaande, eveneens afgenomen ten opzichte van 1992.

Toevloeiing dagelijkse sector goed op orde

De koopkrachttoevloeiing naar de gemeente Someren in de dagelijkse artikelensector is door de sterke regionale concurrentie en de relatief beperkte invloed van het toerisme begrensd. In het koopstromenonderzoek SRE (2009) is gemeten dat toch sprake is van een behoorlijke toevloeiing van 11% (alleen vanuit het SRE-gebied) in de dagelijkse artikelensector naar de gemeente Someren. Met name de omvang van de beide supermarkten en de uniciteit van bijvoorbeeld de Jumbo in het bovenlokale marktgebied zijn hiervoor verantwoordelijk. De toevloeiing zal voor een heel belangrijk deel voor rekening komen van het centrumgebied van Someren.

Relatief lage koopkrachtbinding niet-dagelijkse sector

In het koopstromenonderzoek van het SRE is in de niet-dagelijkse artikelensector een binding op de gemeente Someren gemeten van 40%. Ten opzichte van landelijke kengetallen (circa 50%) is dit relatief laag. Bovendien is ook nu in de meting van SRE sprake van een forse daling van de koopkrachtbinding ten opzichte van 1992, een

daling van 59% naar 40%. Ook op het centrum van Someren is sprake van een forse daling in de koopkrachtbinding niet-dagelijkse artikelensector.

Koopkrachttoevloeiing niet-dagelijkse sector

De koopkrachttoevloeiing naar de gemeente Someren is in het SRE onderzoek gemeten op 19%. Hierbij is alleen uitgegaan van de toevloeiing vanuit de SRE-regio en is geen rekening gehouden met koopstromen vanuit bijvoorbeeld het toerisme en vanuit de consumenten woonachtig buiten de SRE-regio. Het werkelijk percentage zal daarmee iets hoger liggen.

Tabel 3.4: Koopkrachtbinding gemeente Someren

| | 2009 (SRE) | | 1992 (IMK) | |
|-----------------|------------|----------------|------------|----------------|
| | Dagelijks | Niet-dagelijks | Dagelijks | Niet-dagelijks |
| Centrum Someren | 70% | 28% | 76% | 50% |
| Overig Someren | 9% | 12% | 16% | 9% |
| | 79% | 40% | 92% | 59% |

3.4 Huidig functioneren detailhandel

Aannames op basis van marktsituatie eind 2010

De koppeling van de aanbodgegevens (uit hoofdstuk 2) en de vraaggegevens (hoofdstuk 3.2 en 3.3) verschaft inzicht in het economisch functioneren van de detailhandel. In deze paragraaf worden deze cijfers samengebracht. Hierbij hebben we wel de cijfers over de koopkrachtbinding en de -toevloeiing voor beide sectoren geraamd op basis van de marktsituatie eind 2010 en op basis van de

ons in het kader van dit onderzoek aangereikte informatie. Hierdoor kunnen verschillen ontstaan ten opzichte van de metingen in het SRE-onderzoek.

Voor de dagelijkse artikelensector hebben we de berekeningen uitgevoerd voor zowel de gemeente Someren als voor Someren-centrum. Voor de niet-dagelijkse sector hebben we alleen een berekening doorgevoerd voor Someren-centrum. Dit is bewust gedaan om hiermee de vertekening van het grootschalige aanbod (doe-het-zelf, wonen) te voorkomen. Immers, dit aanbod is binnen de gemeente Someren relatief sterk vertegenwoordigd. Dergelijk aanbod realiseert doorgaans een lage gemiddelde omzet per m² vvo. Door uit te gaan van het aanbod in het centrum van Someren en de binding hierop ontstaat een helder beeld over de ontwikkelingsmogelijkheden specifiek voor het centrum.

Uitgangspunten koopstromen dagelijkse artikelensector

Gemeente Someren

- In de gemeente Someren is in de dagelijkse artikelensector uitgegaan van een koopkrachtbinding van 80%. Dit betekent een zeer beperkte bijstelling van de meting van SRE naar boven toe. Dit is vooral gedaan op basis van de informatie uit de gesprekkenronde. Dit betekent wel dat er nog steeds sprake is van een relatief forse afvloeiing (20%) naar met name Asten.
- Er is uitgegaan van een koopkrachttoevloeiing van 10 tot 12%. Hiermee is een kleine bandbreedte aangehouden ten opzichte van de uitkomsten uit het SRE-onderzoek.

Centrum Someren

- Er is uitgegaan van een koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector van 70%. Hiermee volgen we de lijn van de uitkomsten van het SRE onderzoek.
- De koopkrachttoevloeiing is ingeschat op circa 11%.

Tabel 3.5: Huidig functioneren dagelijks winkelaanbod Someren (excl. BTW)

| | Dagelijks gemeente Someren | Dagelijks centrum Someren |
|--|-------------------------------|------------------------------|
| Inwoners | 18.314 | 18.314 |
| Besteding/hoofd (€) | 2.177 | 2.177 |
| Bestedingspotentieel (€ mln.) | 39,9 | 39,9 |
| Koopkrachtbinding | 80% | 70% |
| Totaal gebonden bestedingen (€ mln.) | 31,9 | 27,9 |
| Koopkrachttoevloeiing | 10 – 12% | 11% |
| Omzet door toevloeiing (€ mln.) | 3,5 – 4,3 | 3,4 |
| Totale besteding (€ mln.) | 35,4 – 36,2 | 31,4 |
| Totaal oppervlak (m ²) | 4.551 | 3.661 |
| Omzet per m ² wvo (€) | 7.800 – 7.975 | 8.575 |
| Omzet per m ² wvo (€) landelijk | 6.900 | 6.900 |

Bovengemiddeld functioneren dagelijkse artikelensector

De omzetcijfers zijn vergeleken met de meest recente landelijke vloerproductiviteitscijfers²¹. Uit de benadering van het economisch functioneren is af te lezen dat het aanbod zowel in de gemeente als in het centrum van Someren in de dagelijkse artikelensector bovengemiddeld functioneert in vergelijking tot landelijke referen-

²¹ HBD 2010, omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijke economisch onderzoek (augustus 2010)

tielijfers (circa € 6.900,- per m² wvo). De dagelijkse artikelensector realiseert in de gemeente Someren bij benadering een omzet tussen de € 7.800,- en € 7.975,- per m² wvo en in het centrum van Someren circa € 8.575,- per m² wvo. Dit bovengemiddeld functioneren wijst op mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod.

Uitgangspunten koopstromen niet-dagelijkse artikelensector centrum Someren

- In het centrum van Someren is in de niet-dagelijkse artikelensector uitgegaan van een koopkrachtbinding van 35% tot 40%. Dit betekent een forse bijstelling ten opzichte de meting van SRE (28%) naar boven toe. Dit is met name gebaseerd op de informatie uit de gesprekkenronde en op de interpretatie van BRO op basis van de kwaliteit van het aanbod. Ook in deze sector is derhalve sprake van een forse koopkrachtafvloeiing.
- De koopkrachttoevloeiing is ingeschat op 25%. Ook dit betekent een verhoging van de aannames uit het SRE-onderzoek (19%) naar boven toe. Hiervoor zijn dezelfde argumenten van toepassing als bij de koopkrachtbinding. Daarnaast is in deze aanname ook rekening gehouden met de (beperkte) toevloeiing vanuit het toerisme en van buiten het SRE-gebied.

Tabel 3.6: Huidig functioneren niet-dagelijks winkelaanbod Someren-centrum (excl. BTW)

| | Niet-dagelijks centrum Someren |
|--|-----------------------------------|
| Inwoners | 18.314 |
| Besteding/hoofd (€) | 2.502 |
| Bestedingspotentieel (€ mln.) | 45,8 |
| Koopkrachtbinding | 35% - 40% |
| Totaal gebonden bestedingen (€ mln.) | 16,0 – 18,3 |
| Koopkrachttoevoeiing | 25% |
| Omzet door toevloeiing (€ mln.) | 5,3 – 6,1 |
| Totale besteding (€ mln.) | 21,4 – 24,4 |
| Totaal oppervlak (m ²) | 10.676 |
| Omzet per m ² wvo (€) | 2.025 – 2.300 |
| Omzet per m ² wvo (€) landelijk | 1.940 |

Niet-dagelijks winkelaanbod functioneert redelijk op niveau

Uit de benadering van het economisch functioneren blijkt dat het aanbod in de niet-dagelijkse sector in het centrum van Someren een gemiddelde vloerproductiviteit realiseert in de bandbreedte van € 2.025,- tot € 2.300,-. Dit ligt boven het landelijke gemiddelde van € 1.940,- per m² wvo voor alle winkelgebieden. Door het specifieke aanbod in centrumgebieden ligt in deze gebieden de omzet per m² wvo normaal gesproken hoger (kan daarbij ook oplopen tot € 2.500,- of hoger). Samenvattend kan gesteld worden dat in Someren-centrum sprake is van een redelijk gemiddeld functioneren van de niet-dagelijkse sector.

4. TRENDS, BELEID EN TOEKOMSTIGE DISTRIBUTIEVE RUIMTE

In dit hoofdstuk worden de relevante trends en ontwikkelingen in het koopgedrag en de effecten daarvan op de aanbod- en vraagzijde in beeld gebracht. Daarnaast worden de actuele plannen en initiatieven gericht op de detailhandelsontwikkeling beschreven in de gemeente Someren en in de regio en worden de relevante beleidskaders (zowel op provinciaal als op gemeentelijk niveau) benoemd. Tot slot wordt het toekomstig economisch functioneren van de detailhandel voor (het centrum van) Someren benaderd.

4.1 Algemene trends en ontwikkelingen

Het winkellandschap is sterk in beweging. Zowel consumentengedragingen als de (retail)markt zijn voortdurend aan veranderingen onderhevig. Specifiek voor de gemeente Someren en het centrum van Someren is een aantal ontwikkelingen relevant om te vermelden.

Ontwikkelingen in dorpscentra

De winkelcentra op dorpsniveau voorzien voor een belangrijk deel in de dagelijkse behoefte van de consument. Efficiency en gemak zijn de kernwoorden van deze centra. De voorzieningen hebben bij voorkeur een centrale ligging in het verzorgingsgebied, zijn goed bereikbaar per auto (maar ook per fiets en te voet) en hebben voldoende parkeergelegenheid. Full-servicesupermarkten van moderne omvang (minimaal 1.250 m² vvo) zijn de publiekstrekkingen. Complementaire supermarkten,

zoals een discounter, versspecialzaken en frequent benodigde non-food artikelen maken het aanbod compleet. Een verdere plus kan worden gemaakt door specialistisch aanbod in de niet-dagelijkse sector en de mix met horeca en andere functies.

Hoewel kleine winkelconcentraties onder druk staan, zien we een opleving van dorpscentra. Het aanbod in dorpscentra wordt meer geconcentreerd en supermarkten in deze centra maken waar mogelijk een schaa sprong. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling, interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit, inrichting openbare ruimte en verblijfsklimaat) verschijningsvorm, gemak, efficiëntie, een goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden worden daardoor belangrijker. Dorpscentra dienen hier op in te spelen. De concurrentie met andere winkelgebieden om de tijd en het geld van de consument zal immers alleen maar toenemen.

Ontwikkelingen in de dagelijkse artikelensector

De dagelijkse artikelensector (en meer specifiek de supermarktbranche) is de laatste jaren sterk in beweging.



Een aantal trends is hierbij relevant om te vermelden:

- Het aantal supermarkten daalt, de gemiddelde omvang van supermarkten neemt toe en ook de diversiteit van het productenpakket binnen de supermarkt stijgt. Een moderne fullservice supermarkt heeft tegenwoordig doorgaans een winkelvloeroppervlak van 1.250 à 1.500 m², voor een discounter ligt dit iets lager; rond de 1.000 m² vvo.
- Het marktaandeel van supermarkten in de dagelijkse artikelensector neemt toe, de afgelopen jaren in het bijzonder van de discounters. Mede hierdoor krimpt het aantal specialzaken.
- De trend tot schaalvergroting in de supermarktsector zet ook in 2011 verder door. Voor een rendabel functioneren en de toenemende diversiteit in het productenpakket is een steeds groter vloeroppervlak nodig. Deze schaa sprong is ook in de kleinere plaatsen zichtbaar.
- Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en superspecialisatie waar te nemen. Steeds vaker duiken winkels op met een zeer specialistisch assortiment, zoals specerijen, koffie en thee.

Filialisering versus zelfstandige zaken

In de afgelopen decennia is het filiaalbedrijf sterk opgekomen. Anno 2010 bestaat 53% van het winkelaanbod in Nederland uit filiaalbedrijven. Belangrijk motief voor filialisering is efficiënte bedrijfsvoering. Gevolg is echter dat winkelgebieden steeds meer op elkaar gaan lijken. Hier tegenover staat ook dat er een zekere herkenbaarheid is ontstaan. Hoe je het went of keert de winkelketens zijn wel 'succesvol' en voorzien blijkbaar in een bepaalde behoefte van de consument. Netwerkverdichting is een trend die zich bij de filiaalbedrijven doorzet. Dit uit zich onder meer in vestiging in kleinere winkelgebieden, vaak met kleinere winkels of aangepaste formules; zoals Hema die vestigingen opent in kleinere verzorgingsgebieden.

Tegenhanger van het filiaalbedrijf zijn de zelfstandige ondernemers. Zij hebben niet het voordeel van een grote (ondersteunende) organisatie en landelijke bekendheid en kunnen vaak niet de laagste prijs bieden. De kracht van deze winkels is gelegen in het aanbieden van service, kwaliteit en een bijzonder assortiment. Bij de zelfstandigen zien we een grote groep 'gevestigde orde'. Winkels die al sinds jaar en dag ergens gevestigd zijn, vaak familiebedrijven en een (regionale) bekendheid hebben opgebouwd.

De wisselwerking tussen filiaalbedrijf en zelfstandige ondernemer zal altijd blijven bestaan. Het is per winkelgebied de opgave telkens te zoeken naar het juiste evenwicht. Landelijk bekende filiaalbedrijven zijn nodig voor enige herkenbaarheid en zijn veelal de publiekstrekkingen. Zelfstandige ondernemers zijn nodig voor het onderscheidende vermogen van een winkelgebied. Uiteindelijk hebben ze elkaar nodig.



Online winkelen

De bestedingen via internet zitten fors in de lift. Tweederde van alle Nederlanders (16+) heeft inmiddels een online aankoop gedaan. Van de actieve internetters heeft 80% wel eens een online aankoop gedaan. De totale omzet van online aankopen is in 2009 uitgekomen op € 6,37 mrd en dat is 17% meer dan in 2008. De verwachting is dat de online consumentenbestedingen in 2010 met 15% zullen stijgen naar € 7,3 mrd²².



- Internetaankopen maken volgens de Thuiswinkel Markt Monitor nu 7% van de totale **detailhandelsomzet** uit. Het is niet onwaarschijnlijk dat dit percentage toeneemt tot 15-20% richting 2015-2020. Het verbeterde gebruiksgemak en de veilige betalingsmogelijkheden spelen daarbij een grote rol.
- Het gemiddeld **besteed bedrag** van de consument op internet is in 2009 gestegen met 13% naar € 737,-. Kleding, reizen en consumentenelektronica voeren daarbij de boventoon.
- Als belangrijkste redenen om online aankopen te doen gelden zaken als gemak, tijdsbesparing en winkelen wanneer je wilt, maar ook de toegang tot producten die vaak in de regio niet voorhanden zijn, de mogelijkheden tot vergelijking, een lagere prijs en een grotere keuze.
- Als gevolg van de groei in online winkelen zal de **vraag naar winkelruimte** de komende jaren afnemen. Jones Lang LaSalle²³ verwacht een daling van 7% tot 9%, voornamelijk in de aanloopstraten van centrale winkelgebieden.
- Opvallend is dat de consument het winkelen op straat gemakkelijk inwisselt voor online winkelen bij exceptionele omstandigheden, zoals extreem slecht weer. In december 2009 hadden webwinkels, veroorzaakt door het winterweer, een omzetstijging van 40% ten opzichte van dezelfde periode in 2008.

²² Thuiswinkel Markt Monitor 2009. Blauw Research, 2010

²³ Retail Market Special 2009. Jones Lang LaSalle, 2009

Internet is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar.

Vergrijzing

Naar verwachting zal het aantal 65-plussers in 2030 zijn opgelopen van 2,5 naar 4,3 mln. Een op de vier is dan ouder dan 65. Deze vitale en koopkrachtige ouderen vormen een belangrijke doelgroep. Service, persoonlijk advies en eerlijkheid staan boven aan het wensenlijstje van deze senioren. Er ontstaan kansen voor de detailhandel wanneer rekening wordt gehouden met de wensen van bepaalde bevolkingsgroepen, zoals ouderen. Deze groepen hebben een unieke set van klantewaarden en preferenties.

4.2 Ontwikkelingen in de gemeente Someren en de regio

4.2.1 Ontwikkelingen in de gemeente Someren

Vestiging van Lidl op Kerkstraat 30

Sonnemans Beheer BV heeft medio juni 2009 vergunning aangevraagd voor het gedeeltelijk veranderen van het pand Kerkstraat 30 ten behoeve van de vestiging van een supermarkt. Lidl is voornemens een supermarkt te openen op de betreffende locatie met een bruto vloeroppervlak van 1.125 m² en een netto verkoopoppervlakte van ongeveer 894 m² wvo. Het College van B&W heeft op 5 februari 2010 bouwvergunning verleend. Tegen het besluit is beroep aangetekend en de Rechtbank in Den Bosch heeft in april 2010 het bestreden besluit vernietigd. Inmiddels heeft de gemeente Someren

beroep aangetekend bij de Raad van State en tegelijkertijd verzocht om een voorlopige voorziening. Het College en de Raad willen de vestiging van een supermarkt op de genoemde locatie mogelijk maken. Op 13 april 2011 heeft de afdeling Bestuursrecht-spraak van de Raad van State het beroep van het college van B&W van de gemeente Someren gegrond verklaard.

Indien de supermarkt zich vestigt in het pand Kerkstraat 30 zal de netto-verkoopruimte van Sonnemans met circa 900 m² worden teruggebracht.

Supermarktontwikkelingen

- De Jumbo in het centrum van Someren heeft de wens uitgesproken met 500 tot 600 m² bvo uit te willen breiden. De huidige winkel is te klein, het volledige en gewenste assortiment kan niet gevoerd worden. Daarnaast heeft Jumbo op de huidige locatie flinke knelpunten op het vlak van parkeren en laden en lossen. Op piekmomenten leidt dit zelfs tot ongewenst uitwijkgedrag van consumenten.
- Albert Heijn aan de Postelstraat heeft in november 2010 intern verbouwd. Het assortiment is hierdoor uitgebreid en de (leegstaande unit van de) stomerij is betrokken bij het huidige bedrijfspand. De totale uitbreiding bedraagt circa 60 m² bvo.
- Jan Linders is nog steeds op zoek naar een nieuwe locatie in Someren om daarmee het vertrek vanaf de Ter Hofstadlaan/De Meer te compenseren. Momenteel staat ook een zoekopdracht uit bij de makelaar om de leegstaande locatie aan de Ter Hofstadlaan/De Meer herin te vullen met bij voorkeur detailhandel. Het gaat dan om een omvang van bijna 900 m² wvo.

Overige ontwikkelingen

- Het postkantoor en de Rabobank beraden zich op de toekomstige positie van de panden en de functies aan respectievelijk het Wilhelminaplein en het Postplein. De kansen lijken zeker aanwezig dat hier ruimte ten behoeve van de verdere centrumontwikkeling beschikbaar gaat komen.
- Aan de Verdonckstraat wordt een plan ontwikkeld (Sonnedonck) met commerciële ruimten (270 m² bvo) en appartementen.
- In het kernwinkelgebied zijn nog diverse mogelijkheden om tot transformatie van functies en bebouwing te komen.
- Daarnaast spelen er nog enkele kleine initiatieven aan de rand van het kernwinkelgebied in de overgang naar het gemengd gebied.

4.2.2 Ontwikkelingen in de regio

Asten

- Winkelcentrum Midas wordt vernieuwd en uitgebreid. Het winkelcentrum wordt ongeveer twee keer zo groot en krijgt een winkeloppervlakte van 5.700 m² (nu is dat nog circa 2.700 m²). De extra winkelruimte wordt voor de helft ingevuld door Albert Heijn (circa 1.500 m²). In totaal groeit de Midas van 13 naar meer dan 20 winkels. Boven de winkels komen 36 huurappartementen. Daarnaast wordt er tegenover het winkelcentrum een ondergrondse parkeergarage en maaiveldparkeren gerealiseerd. Inmiddels is eind maart 2011 het nieuwe winkelcentrum geopend.

- De eigenaar van de Emmapassage heeft plannen tot herontwikkeling van het betreffende gebied. De plannen omvatten onder andere verbouwing en uitbreiding van de Aldi supermarkt. In verband daarmee zal de Aldi tijdelijk elders gehuisvest moeten worden. Hiervoor is de locatie op het oog waar nu nog de Albert Heijn gevestigd is (Prins Bernhardstraat 65).

Helmond

In 2008 hebben de gemeente Helmond, AM Vastgoedontwikkeling en ING Real Estate een basisovereenkomst getekend voor de grondtransacties die nodig zijn voor de realisatie van het Centrumplan Helmond. In Juli 2010 heeft de gemeente het contract met ING Real Estate en AM vastgoedontwikkeling opgezegd. De gemeente Helmond is nu bezig met een nieuwe start voor de centrumontwikkeling.

Deurne

In september 2010 is het nieuwe woon- en winkelcentrum Wolfsberg geopend. Den Deel, winkelcentrum De Martinet, de bibliotheek en De Vierspan zijn gesloopt en hiervoor is een modern centrum met appartementen en winkels, een ondergrondse parkeergarage en een cultuurcentrum terug gekomen.

Geldrop

De gemeente Geldrop heeft via een 'Integrale visie Centrumplan Geldrop' de ambitie uitgesproken het centrum van Geldrop te willen vernieuwen. De visie geeft de lange termijnontwikkeling van het centrum van Geldrop aan. Het gaat onder andere om een verdichting van het kernwinkelgebied en het vernieuwen van het

Marktplaats. Momenteel worden de (financiële) haalbaarheid en de fasering van de plannen verder uitgewerkt.

Mierlo

Het centrum van Mierlo wordt aangepakt. Het voorontwerp van het centrumplan is inmiddels goedgekeurd door de gemeenteraad. De Molenhoek wordt heringericht met ruimte om te verblijven, op de plaats van Den Binnen wordt een nieuw winkelcentrum gebouwd rondom het nieuwe 'Margrietplein' en het plein voor het gemeentehuis wordt heringericht. Grofweg komt er 2.400 m² vwo bij, voornamelijk bedoeld om de huidige winkels een ruimer jasje te geven maar tevens voor de vestiging van enkele nieuwe winkels (bijvoorbeeld Hema). Wanneer de bouw gaat starten hangt af van de verkoop van de woningen. In het meest gunstige scenario zal dit in 2011 zijn.

4.3 Relevante beleidskaders

4.3.1 Provinciaal en regionaal beleid

Per 1 januari 2011 nieuwe Structuurvisie

Per 1 januari is de nieuwe Structuurvisie ruimtelijke ordening van de provincie in werking getreden. Het beleid dat geldt op grond van de Interimstructuurvisie Noord-Brabant en de Paraplunota Ruimtelijke Ordening wordt ingetrokken. Dit betekent een aanzienlijke deregulering en vereenvoudiging van de regelgeving waarmee gemeenten rekening moeten houden in de ruimtelijke besluitvorming.

In de concept structuurvisie ruimtelijke ordening is opgenomen dat de provincie streeft naar een robuuste, dat wil zeggen economisch levensvatbare voorzieningenstructuur. Vanwege de verwachte geringe groei van de bevolking is er een beperkte ruimte voor de uitbreiding van detailhandelsvoorzieningen. Daarom is het belangrijk zorgvuldig om te gaan met de bestaande winkelcentra. Dit ziet de provincie als een primaire verantwoordelijkheid van de gemeenten. De provincie stuurt op grootschalige, bezoekersintensieve ontwikkelingen met een regionaal en bovenregionaal karakter.

Nieuwe regionale detailhandelsvisie in voorbereiding

In maart 2011 is de Stadsregio Eindhoven (SRE) gestart met het opstellen van een nieuwe regionale detailhandelsvisie (2011-2020) voor het SRE-gebied. De visie zal in de loop van 2011 gereed zijn.

4.3.2 Beleid gemeente Someren

Herinrichting Postelstraat, invoeren blauwe zone en eenrichtingsverkeer

Momenteel wordt de verkeersveiligheid in de Postelstraat als knelpunt ervaren waardoor het verblijfsklimaat onder druk staat. De volgende voorstellen ter verbetering van het klimaat zullen worden doorgevoerd:

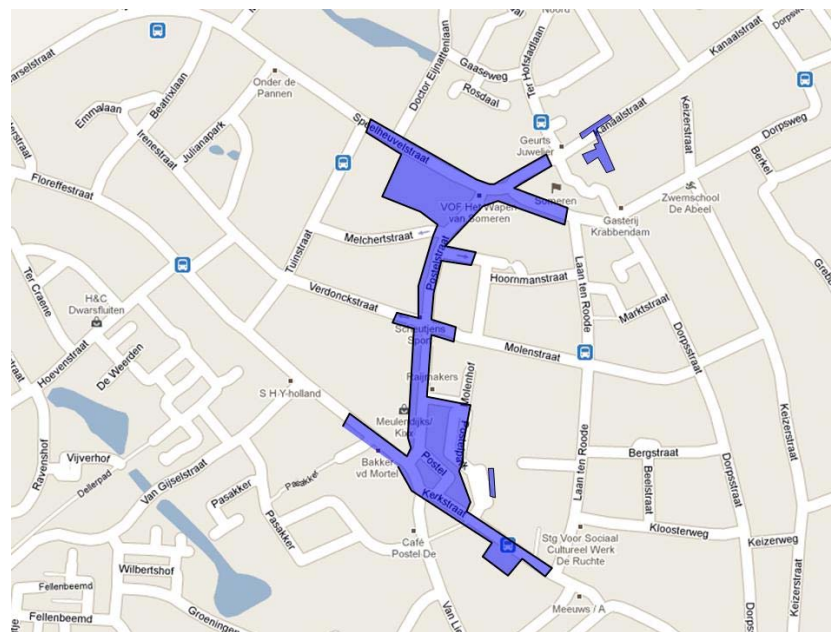
- Instellen van een parkeerschijfzone (blauwe zone).
- Instellen van éénrichtingsverkeer in zuidelijke richting in de Postelstraat.
- Herinrichting Postelstraat, inclusief het kruispunt met de Speelheuvelstraat en het Wilhelminaplein.

Voor het uitwerken van bovenstaande plannen is een klankbordgroep ingesteld. In samenspraak met deze klankbordgroep is/wordt op basis van het voorgenomen collegebesluit een programma van eisen opgesteld voor de Postelstraat. Enerzijds zal dit ingaan op de exacte omvang van de parkeerschijfzone en anderzijds zal dit de uitgangspunten voor een herinrichting meegeven. Nadat bovenvermelde aspecten zijn uitgewerkt, zal een definitief voorstel aan College en Raad worden voorgelegd.

De parkeerschijfzone wordt zo snel mogelijk ingevoerd en staat los van de herinrichting van de Postelstraat. Het invoeren van eenrichtingsverkeer wordt betrokken bij de totale herinrichting van de Postelstraat.

De parkeerschijfzone wordt ingevoerd op de Postelstraat, de parkeerterreinen bij de Jumbo (Speelheugelstraat) en Rabobank (Postel), de Speelheugelstraat tot aan de hoek Tuinstraat, aan de Kanaalstraat voor de winkels Amiez en Thuis bij Cooijmans, de parkeerplaats van Maxwell en aan de Floreffestraat tot aan EP van Otterdijk. Het parkeerverbod langs de kant van de weg in de Kerkstraat wordt opnieuw van kracht. Het parkeerterrein achter Albert Heijn wordt gedeeltelijk meegenomen in de parkeerschijfzone. In figuur 4.1 is de parkeerschijfzone gevisualiseerd.

Figuur 4.1: Parkeerschijfzone centrum Someren



Detailhandelsbeleid

Het vigerende detailhandelsbeleid in de gemeente Someren is gestoeld op het Ruimtelijk-economisch structuuronderzoek Someren wat uitgevoerd is in 1992 door het IMK.

De gemeente Someren voert een beleid dat gericht is op concentratie van detailhandelsbedrijven in het kernwinkelgebied, wat gevormd wordt door het Wilhelminaplein en de Postelstraat. Verwinkeling van het Postelplein wordt, in het uit 1992 daterende beleid, niet voorgestaan. Winkels in zijstraten van de Postelstraat dienen in

feite te bestaan uit aan de Postelstraat gevestigde winkels, die zich tevens naar de betreffende zijstraat manifesteren. Buiten het concentratiegebied worden geen nieuwe winkels toegestaan en bestaande winkels buiten het concentratiegebied worden in hun uitbreidingsmogelijkheden beperkt. De uitbreidingsmogelijkheden per winkel buiten het concentratiegebied kunnen verschillen omdat deze beoordeeld worden op basis van ligging, omvang en historische aspecten.

De gemeente ondersteunt, op basis van het vigerende beleid, plannen tot schaalvergroting van supermarkten binnen het huidige kernwinkelgebied, mits stedenbouwkundig en financieel inpasbaar.

Beleid ten aanzien van perifere detailhandelsvestiging

De gemeente Someren heeft, in navolging van het advies van ECORYS-Kolpron 'Mogelijkheden voor perifere detailhandel in gemeente Someren', in juli 2004 ingestemd met de volgende benaderingswijze ten aanzien van perifere detailhandelsvestigingen:

- bij voorkeur mogelijkheden bieden aan uitbreidingen of mogelijke verplaatsingen voor bestaande aanbieders;
- mogelijkheden bieden voor nieuwvestiging aan externe aanbieders;
- alle panden en locaties gelegen aan de oostzijde van de Witvrouwenbergweg en de gehele Lage Akkerweg aanwijzen als mogelijke voorkeurslocaties voor PDV.

Beleidsvisie Toerisme en Recreatie

De beleidsvisie toerisme & recreatie gemeente Someren (februari 2010) is onlangs vastgesteld. De lange termijn ambitie is gericht op

het steviger verankeren van de toeristische recreatieve sector in de lokale en regionale economie. Het toeristisch-recreatief profiel waarmee Someren zich wil presenteren is 'Sportief, gezond, zorg en aandacht in een authentiek Brabants landschap'. Rond deze ambitie en profilering zijn onderstaande beleidsdoelstellingen en thema's geformuleerd:

- Toerisme en recreatie steviger verankeren in de lokale economie door samenwerking en het toestaan van initiatieven.
- Sportief en gezond door middel van routegebonden vormen van recreatie.
- Zorg en aandacht voor de geest door wellness, spiritualiteit, beleving en verstillig, verdieping en bezinning. De bos- en heidegebieden, het Brabants landschap en ook kunst en cultuur voorzien in die behoeften.
- Het ondersteunen en stimuleren van ondernemende burgers, ondernemers en organisaties (ruimte voor uitbreiding, vernieuwing en nieuwe initiatieven).
- Soepele samenwerking tussen bedrijven onderling, tussen bedrijven en kennisinstellingen en tussen het georganiseerde bedrijfsleven en gemeente.
- Versterken informatie en promotie met 'de vlinder' als symbool.
- Uitvoering beleid wordt getoetst aan de hand van vermelde doelen en beoogde effecten.
- Kwaliteitsverbetering horeca.

4.4 Toekomstig functioneren detailhandel

In paragraaf 3.4 is het huidig functioneren van de detailhandel in Someren belicht. In deze paragraaf wordt het toekomstig functioneren van de detailhandel in Someren benaderd. Op basis van inzichten in het toekomstige draagvlak, het bestedings- en koopgedrag en ontwikkelingen in de gemeente en de regio kan de haalbare distributieve ruimte voor de toekomst worden benaderd.

Hiervoor worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Het lokale draagvlak in de gemeente Someren neemt met circa 100 inwoners toe tot 2015.
- De bestedingen in de dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelensector zijn constant gehouden, omdat niet duidelijk is hoe deze zich zullen ontwikkelen in de toekomst.

Onderstaand zullen we deze uitgangspunten voor de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector specificeren op basis van:

- De verwachtingen aan de hand van de concrete initiatieven;
- De ambities die passen bij het verzorgingsniveau van de gemeente en meer specifiek bij het centrum van Someren. De ambities richten zich vooral op het versterken van de lokale koopkrachtbinding vanuit de gemeente met circa 10% in de dagelijkse artikelensector en circa 5% in de niet-dagelijkse sector (voor het centrum van Someren). Hiermee wordt een deel van de teruggelopen koopkrachtbinding sinds 1992 (zie tabel 3.4) weer ingelopen. De koopkrachttoevloeiing wordt in relatieve zin stabiel gehouden en zal in absolute zin iets toenemen.

Uitgangspunten toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector

- De komst van de supermarkt op de locatie Sonnemans is als uitgangspunt meegenomen. De Lidl supermarkt op de locatie Sonnemans krijgt een omvang van circa 894 m² wvo. Dit betekent dat, uitgaande van deze toevoeging, het totale aanbod aan dagelijkse artikelen in de gemeente Someren een omvang krijgt van circa 5.445 m² wvo.
- Als gevolg van versterking van het supermarktaanbod, het toevoegen van discountaanbod door de komst van Lidl, zal de koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector in de gemeente ten opzichte van nu toenemen met 10% tot ongeveer 90%. Juist de afvloeiing in dit marktsegment naar andere kerren buiten de gemeente (zeker Asten) zal worden teruggedrongen. Ook in omliggende gemeenten zien we dat bij de aanwezigheid van een complementair supermarktaanbod (o.a. in Deurne, Asten, Cranendonck, Geldrop-Mierlo) een koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van 90% reëel is.
- Dankzij schaalvergroting van het supermarktaanbod in het centrum van Someren en het oplossen van knelpunten voor het parkeren zal de koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector in het centrum van Someren toenemen tot circa 80%.
- De koopkrachttoevloeiing in de dagelijkse artikelensector van buiten de gemeente bedraagt in de huidige situatie 10 tot 12%. De verwachting is dat de toevloeiing naar de toekomst toe in absolute zin ongeveer gelijk zal blijven. De groei is immers beperkt door het relatief grote discountaanbod op korte afstand (zoals Asten, Maarheeze, Heeze, Geldrop, Mierlo).

Tabel 4.1: Toekomstig functioneren dagelijks winkelaanbod Someren (excl. BTW)

| | Dagelijks gemeente Someren | Dagelijks centrum Someren |
|--|-------------------------------|------------------------------|
| Inwoners | 18.415 | 18.415 |
| Besteding/hoofd (€) | 2.177 | 2.177 |
| Bestedingspotentieel (€ mln.) | 40,1 | 40,1 |
| Koopkrachtbinding | 90% | 80% |
| Totaal gebonden bestedingen (€ mln.) | 36,1 | 32,1 |
| Koopkrachttoevoeiing | 10% – 12% | 11% |
| Omzet door toevloeiing (€ mln.) | 4,0 – 4,9 | 4,0 |
| Totale besteding (€ mln.) | 40,1 – 41,0 | 36,0 |
| Totaal oppervlak (m ²) | 5.445 | 4.555 |
| Omzet per m ² wvo (€) | 7.375 – 7.550 | 7.925 |
| Omzet per m ² wvo (€) landelijk | 6.900 | 6.900 |
| Uitbreidingsruimte (in m ² wvo) | 365 - 497 | 668 |

Uitgangspunten toekomstig functioneren niet-dagelijkse artikelen-sector

- Naar de toekomst toe is de verwachting dat in de niet-dagelijkse artikelensector de koopkrachtbinding met ongeveer 5% kan stijgen naar 40% tot 45%. De koopkrachtbinding kan naar verwachting stijgen dankzij een verdere versterking van het centrum (winkel- en horeca-aanbod, openbare ruimte, verkeer en parkeren).
- De koopkrachttoevoeiing in de niet-dagelijkse artikelensector van buiten de gemeente zal naar verwachting in absolute zin gelijk blijven (25%).

Mogelijkheden voor uitbreiding dagelijkse artikelensector

Uitgaande van de koopstromen na de komst van Lidl en de huidige (tevens landelijke) vloerproductiviteit ontstaat ruimte voor uitbreiding van het dagelijkse artikelenaanbod in de gemeente Someren met ruim 400 m² wvo. Op centrumniveau zijn de uitbreidingsmogelijkheden in de dagelijkse artikelensector groter, te weten circa 670 m² wvo. De verklaring hiervoor is, dat in het centrum een hogere omzet per m² wvo behaald wordt dan in de supermarkten op de dorpen (Someren-Eind en Lierop). De uitbreidingsruimte kan ingezet worden voor schaalvergroting in de dagelijkse artikelensector en eventuele optimalisering van het aanbod aan versspeciaalzaken.

Tabel 4.2: Toekomstig functioneren niet-dagelijks winkelaanbod Someren (excl. BTW)

| | Niet-dagelijks centrum Someren |
|--|--------------------------------|
| Inwoners | 18.415 |
| Besteding/hoofd (€) | 2.502 |
| Bestedingspotentieel (€ mln.) | 46,1 |
| Koopkrachtbinding | 40 – 45% |
| Totaal gebonden bestedingen (€ mln.) | 18,4 – 20,7 |
| Koopkrachttoevoeiing | 25% |
| Omzet door toevloeiing (€ mln.) | 6,1 – 6,9 |
| Totale besteding (€ mln.) | 24,6 – 27,6 |
| Totaal oppervlak (m ²) | 10.676 |
| Omzet per m ² wvo (€) | 2.325 – 2.600 |
| Omzet per m ² wvo (€) landelijk | 2.300 |
| Uitbreidingsruimte (in m ² wvo) | 8 – 1.343 |

Uitbreiding niet-dagelijkse artikelsector

De marktruimte op centrumniveau in de niet-dagelijkse artikelensector varieert in de bandbreedte van 10 m² wvo tot circa 1.350 m² wvo, uitgaande van een gemiddelde omzet per m² wvo van € 2.300,-. Dit biedt mogelijkheden voor schaalvergroting, verbreding en verdieping van het niet-dagelijks winkelaanbod.

Kwaliteit boven kwantiteit

Confrontatie van vraag- en aanbodgegevens biedt inzicht in het economisch functioneren van de detailhandel, uitgedrukt in een gemiddelde omzet (vloerproductiviteit) per m² wvo. De berekeningen zijn gebaseerd op meerdere aannames. Het gaat voor de huidige situatie om een inschatting van de parameters. Naar de toekomst toe spelen ontwikkelingen die nooit exact voorspeld kunnen worden. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het ook van belang aan te geven dat aan kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen vaak meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, het resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het in het kader van structuurverbeteringen meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

5. BELEIDSKADER EN ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN

In dit hoofdstuk schetst BRO een beleidskader voor de ontwikkeling van de detailhandel in de gemeente Someren. Hierbij wordt specifiek ingezoomd op de ambities en uitgangspunten op het niveau van de gemeente. Dit wordt vertaald in een visie op hoofdlijnen op de detailhandelsstructuur. Tevens zal worden ingegaan op de kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel in de gemeente Someren. Het beleidskader wordt in hoofdstuk 6 en 7 uitgewerkt in de ruimtelijk-functionele visie voor het centrum en het bijbehorend actieprogramma.

5.1 Ambitie en uitgangspunten gemeente Someren

Ambitie gemeente Someren

De ambitie voor de detailhandel in de gemeente Someren richt zich in eerste instantie op het bieden van een goede verzorging voor de lokale en gemeentelijke consument, het versterken van de aantrekkingskracht voor inwoners uit de omliggende regio, het versterken van de aantrekkingskracht voor de toeristen én het scheppen van een goed klimaat voor bestaande en nieuwe ondernemers.

Op hoofdlijnen zijn de afgeleide ambities als volgt te benoemen:

- Het bieden van een kwalitatief en kwantitatief zo compleet, gevarieerd en attractief mogelijk pakket van winkels en andere publieksfuncties voor de inwoners van de gemeente.
- Het versterken van met name de lokale verzorgingsfunctie en voor zover mogelijk ook de (beperkt) regionale en toeristische betekenis van het voorzieningenapparaat.
- Streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden.
- Het versterken van het centrum van Someren tot een functioneel en ruimtelijk samenhangend en attractief hoofdwinkelcentrum van de gemeente. Het dorps karakter (met vooral ook een stedenbouwkundige uitstraling met niet teveel bouwlagen) moet hierbinnen verder worden uitgebouwd.
- Het versterken van het ondernemersklimaat in de gemeente en het bieden van ruimte aan ondernemersinitiatieven om zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel.

Deze ambities zijn niet alleen ingegeven vanuit de consumentenverzorging en het functioneren van de bedrijven, maar ook vanuit de economische, culturele en sociale functie van (winkel)centra (ontmoetingsfunctie, plaats van vernieuwing, leefbaarheid). Ook brengen publieksgerichte commerciële voorzieningen werkgelegenheid met zich mee en kunnen ze het imago van Someren versterken.

Ambities vragen om integrale kwaliteitsverbetering

Wil Someren, en dan vooral Someren-centrum, de gevraagde ambities waar kunnen maken, dan is een integrale kwaliteitsverbetering noodzakelijk. Uit de diverse analyses is gebleken dat de verzorgingsfunctie van de detailhandel in Someren voor de eigen inwoners de afgelopen jaren is afgenomen ten faveure van o.a. Asten, maar ook ten gunste van de grotere winkelgebieden zoals Helmond en Eindhoven. Er zijn momenteel volop kansen om een deel van deze koopkrachtafvloeiing weer terug te winnen, maar dan is een versterking wel absoluut noodzakelijk. Stilstand leidt in een alsmaar groeiend concurrentieveld in de regio alleen maar tot achteruitgang. De versterking van de aanbodstructuur in de detailhandel van de gemeente Someren moet een mix zijn van kwantitatieve (uitbreiding en toevoeging winkels) en kwalitatieve elementen. Juist in de kwalitatieve elementen als compacte winkelstructuur, inrichting openbare ruimte, goede parkeervoorzieningen, uitstraling winkels en onroerend goed, moet de meerwaarde worden gezocht.



Ruimtelijke concentratie detailhandelsvoorzieningen

Het blijvend inzetten op een verdere clustering van het winkelaanbod vormt uitgangspunt van de visie en het daarop aansluitend beleid. Clustering biedt voordelen voor ondernemers omdat zij van elkaars aantrekkingskracht kunnen profiteren en gebruik kunnen maken van gemeenschappelijke voorzieningen zoals parkeerfaciliteiten. Voor de consument levert clustering gemak, overzichtelijkheid en keuzemogelijkheden op. Clustering draagt ook bij aan het beperken van verkeersbewegingen. Nieuwe ontwikkelingen dienen daarom zoveel mogelijk plaats te vinden binnen de aangewezen winkelconcentraties. Met ontwikkelingen daarbuiten dient zeer terughoudend te worden omgegaan.

Heldere positionering winkelgebieden

Het streven is te komen tot een heldere, evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden elkaar aanvullen en ieder een eigen rol binnen de structuur vervullen. Om dat te kunnen doen, dienen zij te beschikken over eigen kernmerken en kwaliteiten. Dit schept duidelijkheid voor de consument, biedt aanknopingspunten voor strategie en investeringen van ondernemingen en biedt mogelijkheden voor elkaar versterkende effecten (doelgroepen, combinatiebezoeken). Voor de heldere positionering is het ook van belang om duidelijke randvoorwaarden te stellen aan de vormen van perifere detailhandel.

5.2 Visie op de gemeentelijke detailhandelsstructuur

Winkelconcentraties

De bestaande detailhandelsstructuur in de gemeente Someren vormt uitgangspunt in voorliggende visie. Er worden geen grote ingrepen gedaan, we zetten in op een versterking van de bestaande detailhandelsstructuur. In deze visie worden de volgende winkelconcentraties onderscheiden:

- Someren-centrum (Someren-Dorp): hoofdwinkelcentrum, boodschappen doen, efficiënt winkelen, horeca en beperkt recreatief winkelen.
- Someren-Eind, Lierop en Someren-Heide: dorpscentra, ondersteunende voorzieningenclusters met een beperkte verzorging. Zoveel mogelijk behoud van de dagelijkse voorzieningen.
- Witvrouwenbergweg en Lage Akkerweg: Concentratiegebied voor perifere detailhandelsvestiging i.c. de branches wonen, doe-het-zelf en tuincentra.

Centraal binnen deze gebieden staat de lokaalverzorgende functie van de detailhandel. Buiten deze gebieden is nieuwvestiging van detailhandel niet mogelijk en worden bestaande winkels in hun uitbreidingsmogelijkheden beperkt. De locatie Kerkstraat 30 (warenhuis Sonnemans) neemt hierin een bijzondere positie in. In het vervolg van deze paragraaf wordt hierop specifiek teruggekomen.

Someren-centrum: hoofdwinkelcentrum, boodschappen en beperkt recreatieve functie

Het centrum van Someren kent aan de basis een sterke boodschappenfunctie (efficiënt winkelen) met de aanwezigheid van twee supermarkten en meerdere speciaalzaken. De supermarkten zorgen in

het centrum van Someren voor een sterke aantrekkingskracht en genereren daarmee ook combinatiebezoeken voor de andere winkels en voorzieningen. Voor een centrum als Someren is de boodschappenfunctie essentieel voor het functioneren. Deze functie moet worden behouden en waar mogelijk worden versterkt. Daarnaast vervult het centrum een recreatieve winkelfunctie. Ook deze functie is belangrijk omdat consumenten hiermee bezoekdoelen kunnen combineren.

Someren centrum: versterking positie

Naar de toekomst toe dient het centrum zich verder te ontwikkelen tot een gevarieerd en attractief hoofdwinkelcentrum voor consumenten uit de gemeente en de omliggende regio (Heeze, Leende, Sterksel, Maarheeze, Asten en Nederweert). Het dorps winkelen en de kwaliteit en de service van de lokale ondernemer zijn daarbij sterke troeven.

Clustering en functiemix

Om de positie van het centrum naar de toekomst toe te behouden en verder te versterken wordt clustering van het voorzieningenaanbod nagestreefd. De aantrekkingskracht van het centrum wordt immers gevormd door de aanwezigheid van een compleet winkel-aanbod in combinatie met andere voorzieningen zoals horeca, dienstverlening en bijvoorbeeld de weekmarkt. Door clustering van het voorzieningenaanbod profiteren de voorzieningen optimaal van elkaar. Het is hiervoor belangrijk om ook vast te houden aan het vigerende concentratiebeleid gericht op een kernwinkelgebied in Someren-centrum. De exacte afbakening van het gebied zal terugkomen in hoofdstuk 6.

Omgevingskwaliteit en verblijfsklimaat

Qua aanbod en inrichting moet het centrum van Someren aansluiten bij de koopmotieven. De supermarkten en het dagelijkse winkelaanbod moeten efficiënt kunnen worden bezocht (snel bereikbaar, voldoende parkeergelegenheid), terwijl het recreatieve winkelaanbod en de horeca vooral om een verblijfsvriendelijke omgevingskwaliteit en een aantrekkelijk verblijfsklimaat vragen. Het totaalaanbod dient ook in de toekomst dus in voldoende mate compleet en attractief te zijn in een goed bereikbare en aangename omgeving.

Zowel in functioneel als in ruimtelijk opzicht liggen er nog vele uitdagingen. In hoofdstuk 6 worden de functionele en ruimtelijke mogelijkheden benoemd om het centrum verder te versterken.

Kerkstraat 30: complementaire functie in relatie tot centrum

De uitspraak van de Raad van State d.d. 13 april 2011 geeft aan dat op de locatie Kerkstraat 30 (Warenhuis Sonnemans) sprake is van een, ook door het college van B&W, gewenste brede detailhandelsbestemming als hoofdfunctie. Door de inpassing van de supermarkt zal hier tezamen met Warenhuis Sonnemans een functionele invulling ontstaan die complementair is aan het centrum van Someren. In de visie van BRO is het niet gewenst om de locatie Kerkstraat 30 verder te ontwikkelen als concurrent voor het centrum van Someren, maar juist wel als complementaire pool. Deze pool dient ruimte te bieden voor de overloop van functies die in het centrum van Someren moeilijk inpasbaar zijn. De huidige invulling (inclusief de beoogde supermarkt) van Kerkstraat 30 sluit hier goed op aan.

Someren-Eind, Lierop en Someren-Heide: consolidatie en leefbaarheid

In Someren-Eind en Lierop vervullen de kleinschalige supermarkten en de overige winkels een belangrijke functie voor de leefbaarheid in het dorp. Het in stand houden/consolideren van het dagelijkse winkelaanbod in de dorpen vormt, alleen al tegen deze achtergrond, een belangrijk uitgangspunt. Een structurele versterking van het dagelijkse en overige winkelaanbod is niet wenselijk omdat het draagvlak in de dorpen hiervoor te beperkt is. Bovendien zijn consumenten uit de dorpen Someren-Eind, Someren-Heide en Lierop voor hun dagelijkse artikelen voor een belangrijk deel georiënteerd op het centrum van Someren.

Witvrouwenbergweg en Lage Akkerweg: perifere detailhandelsvestiging

Voor perifere detailhandelsvestiging wordt aangesloten bij het beleid wat in 2004 geformuleerd is. Tegen de achtergrond van deze visie zien wij geen aanleiding om dit beleid aan te passen. Wel constateert BRO evenals ECORYS enkele jaren geleden dat de marktruimte voor uitbreiding van het perifeer detailhandelsaanbod beperkt is.

De volgende uitgangspunten blijven derhalve van kracht:

- Bij voorkeur mogelijkheden bieden aan uitbreidingen of mogelijke verplaatsingen van bestaande aanbieders, voor zover het gepaard gaat met een uitbreiding die acceptabel is binnen de verzorgingsfunctie van Someren.
- Indien dit niet of slechts beperkt haalbaar blijkt, worden eventueel nieuwe aanbieders toegestaan die expliciet een verster-

king van het voorzieningenaanbod in Someren met zich meebrengen. Met behulp van onderzoek dienen de omzetclaim en markteffecten bepaald te worden. Uitgangspunt is dat er voldoende ruimte over moet blijven voor speciaalzaken.

- Gezien het ruime aanbod aan woninginrichting zijn hier hooguit mogelijkheden voor uitbreiding of verplaatsing van bestaande vestigingen.
- Voorkeurslocaties voor PDV zijn de oostzijde van de Witvrouwenbergweg en de gehele Lage Akkerweg.

Qua branches richt de perifere detailhandel zich op wonen, doe-het-zelf en tuincentra. Het is gewenst om hierbij ook adequaat te handhaven zodat zich hier geen ongewenste branches c.q. soorten winkels kunnen vestigen. Hierbij is het ook van belang dat de toegestane branches (en de bijbehorende nevenassortimenten) goed gedefinieerd zijn in het bestemmingsplan.

5.3 Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel

In deze paragraaf zal alleen worden ingegaan op de kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel in de gemeente Someren. In het volgende hoofdstuk wordt specifiek aandacht besteed aan de versterkingsmogelijkheden (vooral ook kwalitatief) voor Someren-centrum.

Uitbreidingsruimte dagelijkse artikelensector

Gemeentebreed bedraagt de uitbreidingsruimte voor de detailhandel normatief gezien tot 2015 circa 500 m² wvo²⁴. Hierbij is uitgegaan van een lagere gemiddelde omzet per m² wvo voor de supermarkten in Lierop en Someren-Eind. BRO adviseert om de uitbreidingsruimte in de dagelijkse artikelensector volledig te reserveren voor het centrum van Someren. Op dit niveau bedraagt de uitbreidingsruimte tot 2015 circa 670 m² wvo.

Uitbreidingsruimte niet-dagelijkse artikelensector

In deze visie is de uitbreidingsruimte voor de niet-dagelijkse artikelensector alleen berekend op het niveau van Someren-centrum. Deze ruimte kan maximaal oplopen tot circa 1.350 m² wvo. Daarbuiten biedt de visie op de hoofdstructuur alleen ruimte voor uitbreiding in de niet-dagelijkse sector voor het PDV-aanbod. Ook in de niet-dagelijkse sector dient derhalve op gemeenteniveau de focus te liggen op het versterken van Someren-centrum.



²⁴ Hierbij is al rekening gehouden met de vestiging van de Lidl aan de Kerkstraat in Someren-Dorp

6. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE VISIE CENTRUM SOMEREN

6.1 Uitgangspunten

Noodzaak van structuurversterking centrum

Centrumgebieden zoals in Someren-Dorp bevinden zich in een sterk concurrentieveld. Deze concurrentie speelt op regionaal niveau (ook grootschalige winkelontwikkelingen), soms ook op lokaal niveau maar komt ook steeds vaker vanuit de hoek van de internet-verkopen/webwinkelen. De druk op de reguliere winkelcentra neemt ook onder invloed van demografische ontwikkelingen (vergrijzing, bevolkingskrimp) steeds verder toe. Hierdoor is sprake van een groeiende leegstand in vooral de aanloopmilieus van deze centra, ook op het niveau van dorpskernen, maar zeker in binnenstedes. Alleen die centrumgebieden die actief inspelen op de groeiende behoeften van de consument en op de noodzakelijke economische randvoorwaarden hebben een goed toekomstperspectief.

Het centrum van Someren heeft een aantal kernkwaliteiten waarmee het zich kan onderscheiden zoals het diverse winkelaanbod met een goede mix van filiaalbedrijven en veel sterke, lokale aanbieders, de trekkracht van de supermarkten in het centrum, de horecaconcentratie aan het Wilhelminaplein en het gratis parkeren. Deze kernkwaliteiten leiden echter niet automatisch tot hogere bestedingen. Om de concurrentiepositie van het centrum te behouden en daar waar mogelijk te versterken en tot een integrale kwali-

teitsverbetering te komen is het gewenst dat de punten zoals benoemd in paragraaf 2.10 (SWOT-analyse) aangepakt worden.

In de visie van BRO dient kwaliteitsverbetering voor Someren-centrum zich, in algemene zin, vooral op de volgende doelstellingen en uitgangspunten te richten.

Aanbodstructuur

- Bij de uitbreiding van het winkelaanbod dient de nadruk te liggen op een kwalitatieve versterking van de branche- en ruimtelijke structuur. Niet meer van hetzelfde, maar een versterking met ontbrekende branches en aanvullende marktsegmenten. Hierdoor ontstaat vanzelf een meerwaarde voor het totaal.
- Verder doorzetten van het concentratiebeleid winkelvoorzieningen. Dit impliceert dat de distributieve ruimte voor uitbreiding van het winkelaanbod primair ingezet wordt voor een versterking van het centrum van Someren.
- Streven naar een zo compleet, compact en comfortabel mogelijk centrum. Daarbij dient gekozen te worden voor een mix van efficiënt en recreatief winkelen.
- Met name de vestigings- en uitbreidingswensen van supermarktorganisaties gekoppeld aan de ruimte in de markt vragen om een zorgvuldige afweging. Wanneer een kwalitatieve structuurversterking tot stand kan komen met meerwaarde voor het centrum van Someren dan heeft dat de absolute voorkeur.
- Het bieden van een gevarieerd aanbod en een mix aan horeca en dienstverlenende voorzieningen in het centrum van Someren. Ook hier is het streven vooral gericht op kwalitatieve versterking.

Ruimtelijk-functionele structuur

- Het haltermodel, met de supermarkten als trekkers op de koppen, vormt de basis voor de toekomstige detailhandelsstructuur in Someren-centrum.
- De vestiging van de Lidl-supermarkt op de locatie Kerkstraat is uitgangspunt. Verdere uitbreiding van de reguliere detailhandel op deze locatie is niet wenselijk. Het is van belang de complementaire functie van deze locatie binnen de detailhandelsstructuur te handhaven.
- De schaa sprong c.q. ontwikkeling van supermarkten opvangen binnen het nieuw vast te stellen kernwinkelgebied.
- De knelpunten van Jumbo-supermarkt bij voorkeur op of in de omgeving van de huidige locatie aanpakken en oplossen.
- Streven naar een verdere verdichting/optimalisering van winkelfuncties binnen de Postelstraat en het kernwinkelgebied.
- De verblijfsfunctie van het Wilhelminaplein versterken en het gebied verder versterken als winkel- en horecaconcentratiegebied.
- Het Postelplein (geleidelijk) ontwikkelen tot zuidelijke entree van het kernwinkelgebied.
- Voorkomen van een verdere (en structurele) uitwaaiing van winkelfuncties buiten het kernwinkelgebied.
- Wel ruimte bieden voor kleinschalige dynamiek en functiemenging in de aanloopgebieden van het centrum
- Streven naar een goede spreiding van trekkers over het kernwinkelgebied.
- Goede positionering en bij voorkeur clustering van horeca en dienstverlenende functies in het centrum.
- Mogelijkheden bieden voor winkelondersteunende horeca in de Postelstraat.

Inrichting en beheer openbare ruimte

- Verhogen van de verblijfskwaliteit en de verblijfswaarde van het centrum.
- Verbeteren van de inrichting van de openbare ruimte door het bevorderen van een eenduidige uitstraling in materialen en straatmeubilair en het toevoegen van groen (met name Postelstraat en de Postel).
- Verbeteren van de uitstraling van de panden en de gevels.
- Meer aandacht voor individuele en collectieve winkelpresentatie.
- Vergroten van de ruimte voor voetgangers in de Postelstraat.
- Streven naar wervende entrees kernwinkelgebied.
- Behouden van het dorpse karakter.

Verkeer en parkeren

- Terugdringen van het autoverkeer in de Postelstraat door het invoeren van eenrichtingsverkeer in zuidelijke richting. Hiermee dient ook de veiligheid verhoogd te worden.
- Voortdurende aandacht voor een optimalisering van de parkeervoorzieningen:
 - Invoeren van blauwe zone Postelstraat en parkeerterreinen bij Jumbo (Speelheuvelstraat) en Rabobank (Postel).
 - Streven naar het terugdringen / opheffen van het gesignaleerde parkeertekort op het parkeerterrein bij Jumbo en mogelijke onderlinge koppeling van parkeerlocaties Postelpark – Molenstraat.
- Aandacht voor adequate oplossingen voor de bevoorrading met name bij de supermarkten.
- Aandacht voor goede fietsvoorzieningen (ook stallingen).

6.2 Versterking aanbod centrum

6.2.1 Kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden

Uit de raming van de kwantitatieve uitbreidingsmogelijkheden (zie paragraaf 4.4) is gebleken dat het winkelaanbod in het centrum van Someren tot 2015 uitgebreid zou kunnen worden met:

- **circa 670 m² wvo** in de dagelijkse artikelensector. Dit is de resterende uitbreidingsruimte na de vestiging van Lidl op de Kerkstraat 30 (circa 890 m² wvo). BRO adviseert om deze uitbreidingsruimte uitsluitend in te zetten om het centrum van Someren verder te versterken. De ruimte in deze sector voor de totale gemeente is te beperkt om ook andere structurele initiatieven buiten Someren-centrum te kunnen onderbouwen.
- **maximaal circa 1.340 m² wvo** in de niet-dagelijkse artikelensector. Deze inschatting is alleen realistisch als werkelijk gestreefd wordt naar een integrale kwaliteitsverbetering door middel van investeringen in de openbare ruimte, verbeteren van verkeer en parkeren en versterking van het aanbod.

In dit verband geldt wel dat kwaliteit leidend moet zijn boven kwantiteit. Nieuwe plannen en vestiging van nieuwe winkels dienen daarom per initiatief beoordeeld te worden op hun wenselijkheid. De wenselijke detailhandelstructuur dient uiteindelijk leidend te zijn bij de overwegingen.

In de volgende paragraaf wordt vooral vanuit kwalitatief opzicht gekeken naar de versterkingsmogelijkheden voor Someren-centrum.

6.2.2 Kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden

Dagelijkse artikelensector

- **Schaalvergroting supermarktsector.** Kwantitatief gezien bestaat ruimte voor een verdere schaa sprong van de gevestigde supermarkten. BRO adviseert dan ook om de marktruimte hier primair voor in te zetten. Met de komst van Lidl is ook het discountmarktsegment afgedekt en tezamen met twee moderne full-service supermarkten (AH en Jumbo) is sprake van een goede invulling van deze marktpositie in Someren.
- **Optimaliseren aanbod foodspeciaalzaken.** Dit kan op twee manieren: enerzijds door het sterker clusteren van de gevestigde aanbieders (bijvoorbeeld rondom de supermarkten), anderzijds door het toevoegen van nog ontbrekende branches zoals een poelier of een visspecialzaak.
- **Schaalvergroting bestaand aanbod in de drogisterijbranche.** Betere profilering parfumerie.



Niet-dagelijkse artikelensector

- Verdieping en verbreding van het aanbod in de kleding- en mode branche. Eventuele versterkingen zijn, naast de mogelijke doorgroei van lokale ondernemers, Lake Side, Shoeby Fashion, Takko, Terstal (vervanging Hans Textiel).
- Schaalvergroting Hema. Hiermee zou Hema ook sterker de rol van (sub-)trekker in de Postelstraat kunnen uitvoeren.
- In de branche huishoudelijke artikelen zou Xenos een welkome aanvulling zijn. Een andere kansrijke aanvulling is een kleinschalige cadeau-artikelenzaak. In overleg met Sonnemans Warenhuis Kerkstraat zou bijvoorbeeld kunnen worden gezien of na de komst van Lidl een deel van het aanbod gericht op woonaccessoires en cadeaus etc. naar een nieuwe winkel in het centrum kan worden verplaatst. Gezien de landelijke tendensen liggen er ook kansen om schaalvergroting van Action te realiseren, mogelijk in combinatie met een verplaatsing.
- Mogelijke schaalvergroting Bruna.
- Schaalvergroting en betere profilering rijwielenspecialzaak. Hiervoor kan ook gezocht worden naar een locatie aan de rand van het centrum.
- Versterken branche sport & spel bijvoorbeeld door een beperkte schaa sprong van de gevestigde aanbieders.
- Toevoegen van een telefoonwinkel / computerzaak.

Horeca

Hoewel de horeca reeds behoorlijk vertegenwoordigd is in het centrum van Someren liggen er zeker kansen om het aanbod verder te verbreden en te profileren. Versterkingen moeten vooral gezocht worden in de winkelondersteunende horeca (ook de combinatie

van food en horeca), een bistro, een eetcafé of een (grand)café, een restaurant en mogelijk een horecazaak met zaalcapaciteit.

Publieksgerichte commerciële dienstverlening

In kwantitatief opzicht is er in deze sector voor Someren-centrum niet veel groei te verwachten de komende jaren. Eerder zal sprake zijn van een teruggang (postkantoor, banken). Kwalitatief gezien ligt er wel een bijzondere opgave in Someren. Diverse dienstverleners zitten op centrale locaties (Postelstraat). Verplaatsing naar de rand van het centrum biedt vervolgens mogelijkheden om de winkelstructuur te verdichten.

Warenmarkt

De warenmarkt functioneert op dit moment redelijk en vormt tweewekelijks een trekker voor het centrum van Someren. Vanuit ondernemerszijde is aangegeven dat er behoefte bestaat om wekelijks een markt in het centrum van Someren te laten plaatsvinden. De huidige locatie, het Wilhelminaplein, is hier binnen het centrum de meest aangewezen locatie voor.

Verplaatsers

Onder de ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel zijn al enkele suggesties gedaan voor verplaatsers binnen de structuur in Someren. O.a. Hema, Action, assortimenten van Sonnemans Warenhuis en foodspecialzaken zijn hierbij genoemd. Ook aan de rand van het centrum zijn nog enkele winkels gevestigd die wellicht op een centralere locatie beter tot hun recht zouden komen. Voorbeelden hiervoor zijn Amiez (schoenen) aan de Kanaalstraat en Mikra's Body Fashion aan het Wilhelminaplein. Indien zich concrete

kansen voordoen is het goed om deze suggesties op haalbaarheid te toetsen.

6.3 Ontwikkeling ruimtelijk-functionele structuur

In figuur 6.1 is de visiekaart voor het centrum van Someren opgenomen.

De halterstructuur als kwaliteit doorontwikkelen

Het in de analyse gepresenteerde haltermodel vormt, nu maar in de visie van BRO ook naar de toekomst toe, de drager voor de winkelstructuur van het centrum van Someren. De halter wordt aangestuurd door twee polen met de supermarkten als belangrijke trekkers. De polen lopen naar de buitenkant toe uit in de aanloop- c.q. gemengde gebieden. Tussen de polen vormt de Postelstraat de belangrijkste winkelstraat van Someren. Albert Heijn vormt als supermarkt de belangrijkste trekker aan de zuidzijde van de halter en de Jumbo supermarkt dient behouden te blijven in het gebied als belangrijkste trekker voor de noordzijde van de halter. Op deze manier is een goede doorbloeding van de winkelstructuur gewaarborgd. De visie van BRO is erop gericht om de halterstructuur in Someren-centrum te versterken. Hierdoor kunnen ook de entrees naar het kernwinkelgebied worden verbeterd.

Binnen de halterstructuur liggen er bijvoorbeeld in de diepte van de diverse percelen grenzend aan o.a. de Postelstraat nog goede ruimtelijke mogelijkheden om tot uitbreidingen te komen. Deze visie biedt daar ook ruimte voor binnen de grenzen van het in het bestemmingsplan vast te leggen kernwinkelgebied.

Spreiding supermarkten

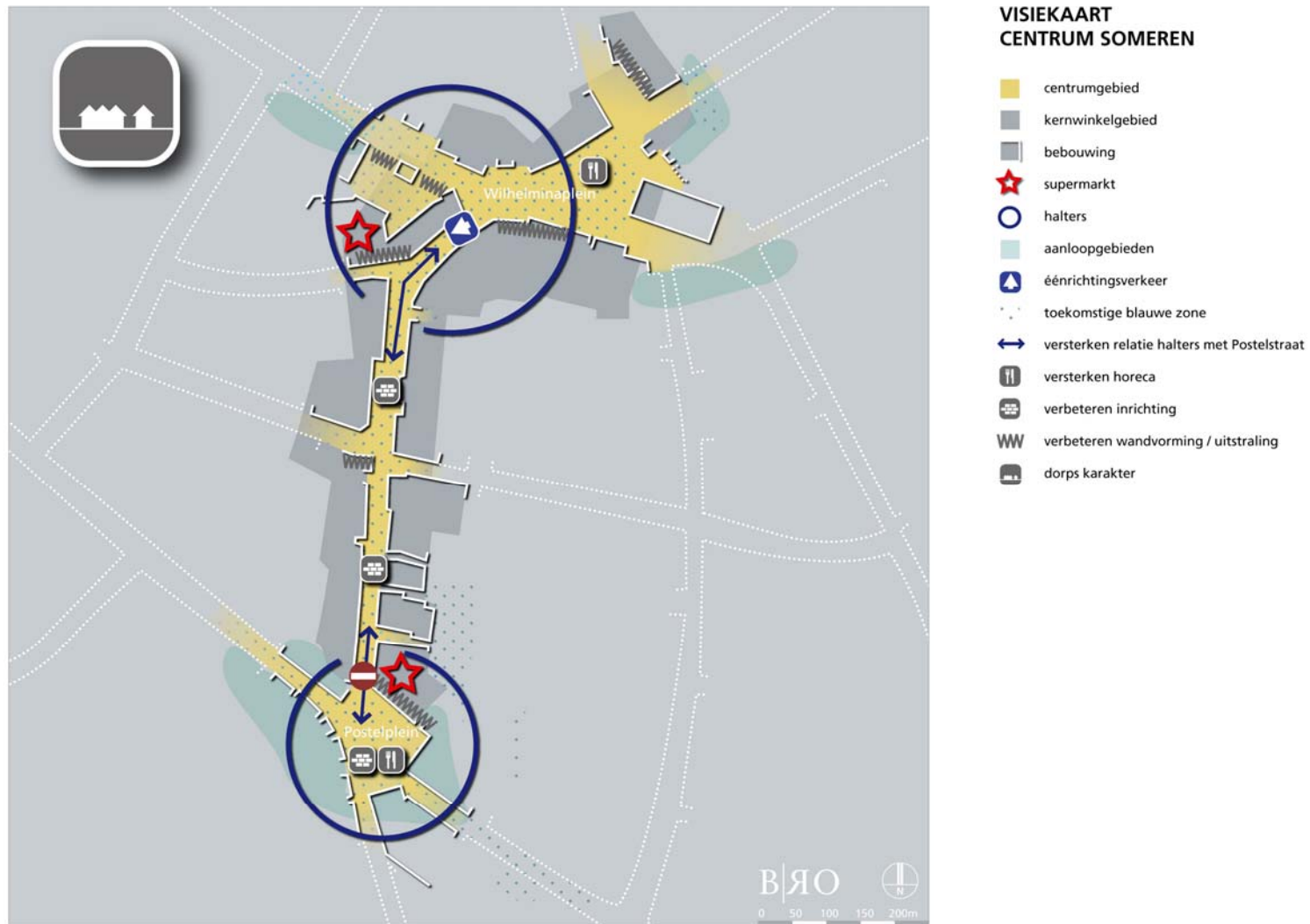
Op het verzorgingsniveau van Someren-centrum zijn de locaties van de supermarkten sterk bepalend voor de ontwikkeling van de ruimtelijk-functionele structuur. In deze visie worden de volgende uitgangspunten gehanteerd voor de spreiding van de supermarkten:

- Handhaving Albert Heijn op de huidige locatie als trekker voor de zuidelijke halter. Gezien de recente investeringen op deze locatie is dit ook logisch.
- Handhaven/uitbreiden Jumbo supermarkt op of in de directe nabijheid van de huidige locatie als trekker voor de noordelijke halter.
- Nieuwvestiging van de Lidl aan de Kerkstraat 30, op de locatie Warenhuis Sonnemans.

De berekende distributieve ruimte moet primair worden ingezet om deze structuur een goede basis te geven. Hierbij zijn er ook kansen om rond de supermarkten in het centrum de concentratie van food-speciaalzaken te versterken.

Mocht om welke reden dan ook de hier voorgestelde spreiding van de supermarkten niet te realiseren zijn, dan dient in de visie van BRO eerst gezocht te worden naar alternatieve locaties binnen het kernwinkelgebied. De locaties dienen wel aan de belangrijke randvoorwaarden op het vlak van parkeren, bereikbaarheid en verkeersveiligheid te voldoen. Uiteindelijk moet het gaan om een passende oplossing voor het centrum van Someren.

Figuur 6.1: Visiekaart centrum Someren



Het aantal supermarkten

Vanuit distributie-planologische optiek is er voldoende marktruimte voor 3 volwaardige supermarkten in de kern Someren. Tegen deze achtergrond is de vestiging van een vierde supermarkt niet direct voor de hand liggend en wenselijk. Maar dit wordt op basis van de visie van BRO ook niet volledig uitgesloten. Belangrijk is dat een dergelijk initiatief een meerwaarde oplevert voor het centrum van Someren en dat opnieuw tegemoet gekomen kan worden aan de zo belangrijke randvoorwaarden van vooral parkeren, bereikbaarheid en verkeersveiligheid.

Het uitplaatsen van een supermarkt uit het centrum is niet gewenst. Dit leidt enerzijds tot een ontmanteling van de basisgedachte van de halter waardoor de beoogde trekkracht en doorbloeding vervalt. Daarnaast creëert het uitplaatsen van een supermarkt extra m² leegkomend winkelaanbod die op de schaal van Someren lastig te herinvullen zijn.

Zoekopgave uitbreiding Jumbo-supermarkt rond noordelijke pool

De Jumbo-supermarkt heeft de wens te kennen gegeven de supermarkt met 500 tot 600 m² bvo uit te willen breiden. BRO ziet goede mogelijkheden om deze uitbreiding binnen de noordelijke pool van het centrum te realiseren. Een eventuele uitbreiding moet ook benut worden om de knelpunten met bevoorrading en parkeren op te lossen. Het is zeer belangrijk om spoedig zicht te krijgen op de ruimtelijke en financiële haalbaarheid van dit voorstel. Een uitbreiding van de supermarkt op of in de omgeving van de huidige locatie kan ook benut worden om de relatie van de supermarkt met vooral de Postelstraat te versterken, bijvoorbeeld via de Melchertstraat. Het is belangrijk om het zoek- en ontwikkelingsgebied niet

te eng te definiëren, maar uiteraard wel te begrenzen binnen de noordelijke pool.



Verdichting en optimalisering winkelfunctie kernwinkelgebied

Het bestaande kernwinkelgebied biedt in de huidige opzet nog meerdere mogelijkheden (zichtbaar en niet-zichtbaar) om tot een verdichting van (vooral recreatieve) winkelfuncties te komen. Dit kan door de herinvulling van bestaande panden, maar ook door herontwikkeling of door het benutten van achterliggende percelen. Kansen liggen er bijvoorbeeld:

- In de Postelstraat door woonpanden te verwinkelen of door dienstverleners en andere functies uit te plaatsen en vervolgens herin te vullen. Op diverse locaties is het ook mogelijk om hier achtertuinen bij te betrekken.
- In de zuidelijke wand van het Wilhelminaplein (omgeving TNT en leegstand).

Het is belangrijk om de komende jaren de ruimte te bieden om deze locaties verder tot ontwikkeling te brengen. Naast detailhandel is het ook goed om de winkelondersteunde horeca in de Postelstraat te versterken.

Ook direct aangrenzend aan het vigerende kernwinkelgebied liggen er kansen voor verdere ontwikkeling en functiemenging. Bij de gewenste afbakening van het toekomstig kernwinkelgebied (zie verderop) zal hierop worden teruggekomen.

Optimaliseren rol subtrekkers

De bijdrage van de Hema, als subtrekker, aan het (recreatieve) winkelen in Someren kan worden versterkt door een (beperkte) schaal-sprong en een betere zichtbaarheid. Verdere uitwerking moet zicht bieden op de kansen hiervoor. Ook de rol van Action voor de centrumstructuur kan worden geoptimaliseerd door een meer prominente locatie. De verplaatsing van Action naar de voormalige Jan-Linders-locatie aan de Meer zou een goede aanjager vormen voor de opwaardering van dit gebied.

Versterken winkelklimaat en uitstraling Postelstraat

De Postelstraat als hoofdwinkelstraat heeft meer potentie dan nu wordt benut. De te verwachten herinrichting van deze straat en het instellen van eenrichtingsverkeer en de blauwe zone zullen een kwaliteitsimpuls geven aan deze straat. Daarbij is het belangrijk dat ook een eigentijds winkelklimaat wordt geschapen waar het ook prettig en veilig verblijven is. De groenelementen, de herinrichting en het straatmeubilair dienen hieraan bij te dragen. Tegelijkertijd is het ook belangrijk dat investeringen op gang worden gebracht in de luifels en de panden c.q. gevels.

Wilhelminaplein, ontwikkeling tot aantrekkelijk verblijfsgebied

Het Wilhelminaplein kan nog verder ontwikkeld worden tot het kloppende hart van het centrum door de verblijfs- en horecafunctie te optimaliseren. In de toekomst vormt het Wilhelminaplein als

horecaconcentratiegebied een rustpunt in de winkelstructuur met ruime en veelzijdige horeca en terrassen aangevuld met winkels in vooral de zuidelijke wand. Het plein kan optimaal benut worden voor o.a. activiteiten in het dorp, evenementen en de weekmarkt. Voor de langere termijn moet in de visie van BRO onderzocht worden of de ruimte voor de horecagelegenheden en terrassen kan worden uitgebreid ten koste van de nu nog (te) dominante parkeer- en verkeersfunctie.

Opwaarderen entree- en verblijfsfunctie Postelplein

De Postel moet in de toekomst echt onderdeel gaan uitmaken van het centrum van Someren. Dit betekent dat de verblijfswaarde van het plein versterkt dient te worden en dat er meer ruimte geboden dient te worden voor een verbreding van het functie-aanbod. De huidige aanzet voor horeca kan uitgebouwd worden in combinatie met publieksgerichte commerciële dienstverlening (ook op basis van verplaatsingen) en kleinschalige detailhandel. Vooralsnog dient behoudend omgegaan te worden met een structurele uitbreiding van detailhandel op het Postelplein (zeker als het gaat om de zuidzijde van het plein).

Door de verblijfswaarde, uitstraling en levendigheid van het plein te versterken zal vanzelf ook de entreefunctie van Someren-centrum vanaf deze zijde worden verbeterd.

Afbakening kernwinkelgebied en aanloopgebieden

In figuur 2.7 (hoofdstuk 2) is de huidige begrenzing van het kernwinkelgebied in het centrum van Someren weergegeven. Gezien de begrensde marktmogelijkheden en de ruime mogelijkheden om binnen het vigerende kernwinkelgebied nog te verdichten stelt

BRO naar de toekomst toe slechts een beperkte uitbreiding van het kernwinkelgebied voor. Alleen op deze wijze kan vastgehouden worden aan een compacte winkelstructuur. In de visie van BRO dient het kernwinkelgebied (= Postelstraat en Wilhelminaplein aan de basis) op de volgende plaatsen beperkt uitgebreid te worden:

- De kop van de ter Hofstadlaan, de Meer;
- Spielheugelstraat (t/m Jumbo incl. uitbreiding);
- Verdonckstraat (inclusief nieuwe ontwikkeling).

Aanvullend op het kernwinkelgebied dienen de aanloopgebieden vestigingsmogelijkheden te bieden voor detailhandel (beperkt en kleinschalig), horeca en commerciële dienstverlening. Ten opzichte van nu dient hier in de toekomst sprake te zijn van mogelijkheden voor een sterkere functiewisseling met gelimiteerde ruimte voor detailhandel. BRO onderscheidt daarbij de volgende aanloopgebieden:

- Kanaalstraat t/m Amiez en Maxwell. Vervanging van bestaande detailhandel dient mogelijk te zijn, maar gezien de ligging aan de rand van het centrum definieert BRO dit als aanloopgebied met potentie voor functiemenging.
- Spielheugelstraat, eenzijdig tot aan de Tuinstraat.
- Zuidzijde Wilhelminaplein vanaf gemeentehuis eenzijdig tot aan Multimate.
- Floreffestraat (tweezijdig) tot en met EP.
- Postel en Postelplein (rondom). Het is vanuit de visie belangrijk dat in dit gebied ontwikkelingen worden gestimuleerd, zeker met het oog op de mogelijk vrijkomende Rabobank-locatie. Volledige verwinkeling met detailhandel is op korte termijn niet gewenst, omdat hiervoor het kernwinkelgebied de aangewezen locatie is. Publieksgerichte dienstverlening, horeca en andere

vormen van dienstverlening (zorg, wellness, fitness) zijn hier goed denkbaar.

- De voorgestelde ontwikkeling voor Postel en Postelplein kan doorgezet worden in het eerste deel van de Kerkstraat (tussen Postel en het Wijkgebouw). De marktruimte ontbreekt om de Kerkstraat nog verder als aanloopgebied te ontwikkelen.

Het nieuw op te stellen bestemmingsplan Middengebied dient de kaders te scheppen voor zowel de gewenste ontwikkeling van het kernwinkelgebied als de aanloopstraten. Dit vraagt nog nadere uitwerking en vraagt zeker voor de aanloopgebieden om meer flexibiliteit dan tot nu toe gebruikelijk was in Someren,

Instellen eenrichtingsverkeer Postelstraat

De bereikbaarheid van de Postelstraat zal veranderen door het instellen van eenrichtingsverkeer. Hierdoor zal de dominantie van het autoverkeer (vooral doorgaand verkeer) afnemen ten gunste van het verblijfsklimaat en zal tegelijkertijd de veiligheid toenemen. Naar verwachting zal dit leiden tot het oplossen van diverse knelpunten.

Instellen parkeerschijfzone

Het instellen van de parkeerschijfzone zal leiden tot een betere spreiding van parkeerders (kort én lang) over het centrum van Someren. Dit dient ook de hoge parkeerdruk op belangrijke locaties op de piekmomenten terug te dringen.

Verbeteren bewegwijzering en herkenbaarheid parkeren

De bereikbaarheid van Someren-centrum kan nog verder verbeteren door de bewegwijzering naar de parkeerplaatsen te verbeteren

en daarmee de parkeerplaatsen (kort, lang) sneller en beter herkenbaar te maken.

Onderlinge koppeling parkeerplaatsen

Aan weerszijden van de Postelstraat is sprake van parkeerterreinen al dan niet gekoppeld aan bevoorradingsmogelijkheden. Vanuit de integrale ontwikkeling van het centrum bezien, liggen er zeker mogelijkheden om deze locaties sterker aan elkaar te koppelen, waardoor de Postelstraat verder ontlast kan worden. Per initiatief dient hier gekeken te worden naar de mogelijkheden.

7. ACTIEPROGRAMMA

Om de beschreven visie ook daadwerkelijk te realiseren, is een vertaling naar acties en maatregelen nodig. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste acties en maatregelen benoemd en toegelicht.

7.1 Algemeen

Vaststellen visie als kader voor uitvoering

Voorafgaand aan de uitvoering is het van belang dat partijen zich uitspreken over de visie. De gemeente stelt de ruimtelijk-functionele visie op het centrum van Someren vast. Ook de Ondernemers Vereniging Someren (OVS) en eventuele andere partijen zoals de vastgoedeigenaren moeten zich uitspreken over de visie. Middels een intentieverklaring kunnen partijen aangeven alles in staat te stellen om de visie tot uitvoering te brengen, inclusief eventuele kanttekeningen. De basis voor de uitvoering is deze rapportage.

Vertaling van visie naar beleid

De minimumvoorwaarde voor goed overheidsbeleid ten aanzien van detailhandel is een eenduidig, schriftelijk en vastgesteld beleid, dat in ruime mate bekend is gemaakt en dat ook consequent wordt uitgevoerd. Niet alleen bij het toedelen van initiatieven, maar ook in de uitvoering én de handhaving van het beleid is communicatie over de gewenste ontwikkelingen en het optreden tegen ongewenste ontwikkelingen van wezenlijk belang. De doelstellingen en de wijze

waarop men deze wil bereiken moeten niet alleen voor de burger en marktpartijen duidelijk zijn maar ook consequent worden toegepast. Ook binnen de gemeentelijke organisatie gaat deze werkwijze op. In de organisatie tussen afdelingen moet daarom aandacht besteed worden aan de gekozen beleidslijnen. Eventuele consequenties voor andere beleidsterreinen moeten inzichtelijk worden gemaakt.

Vanuit de beschreven ruimtelijk-functionele visie op het centrum van Someren betekent dit onder andere:

- het eenduidig uitdragen van het detailhandelsbeleid;
- prioriteit geven aan de doelstellingen voor de detailhandelsstructuur boven bijvoorbeeld de uitgifte van grond, verkoop van terreinen of het meewerken aan voorkeuren van marktpartijen voor locaties die in het omschreven beleid niet (meer) passen;
- toetsen van marktinitiatieven. Dit vraagt een positieve houding ten opzichte van gewenste ontwikkelingen en een terughoudende en afwijzende houding bij ongewenste ontwikkelingen. In het laatste geval dient de gemeente ook gemotiveerd nee te kunnen zeggen;
- vertalen van het beleid door een herziening van het vigerende bestemmingsplan;
- zeer terughoudend optreden met het toestaan van detailhandel buiten de aangegeven concentratiegebieden;
- duidelijke keuzes maken in de prioritering van de aangegeven projecten ter versterking van de ruimtelijk-economische structuur van het centrum;

De gehele gemeentelijk organisatie is hiervoor verantwoordelijk, maar de coördinatie kan bij één afdeling gelegd worden.

7.2 Ruimtelijk-functionele structuur

Actieve aanbodversterking

Met een basisaanbod aan landelijk bekende ketens en een sterke 'couleur locale' heeft de detailhandel in het centrum van Someren zeker zijn kwaliteiten. Er liggen echter kansen voor versterking door invulling van lacunes in het aanbod en een betere clustering en ruimtelijke verdeling van typen aanbieders. De opgave voor het centrum is:

- Het opbouwen van een netwerk met vastgoedeigenaren, winkel- en horecaketens en individuele ondernemers.
- Het rechtstreeks benaderen van retailers om zich te vestigen in het centrum van Someren op basis van een acquisitielijst voor actieve acquisitie van winkels en horecazaken. De acquisitie moet zich richten op branches en formules die momenteel nog ontbreken in het centrum van Someren (zie hoofdstuk 6).
- Het verkennen van verplaatsingswensen en mogelijkheden van ondernemers die buiten het kernwinkelgebied gevestigd zijn of die op de huidige locatie niet aan hun uitbreidingswens kunnen voldoen.
- Het bijhouden van een overzicht met leegstaande en vrijkomende panden, eventueel via de gemeentelijke website.
- Leegstaande etalages of panden aantrekkelijk maken door het organiseren van kunst- en cultuurexposities van (lokale) kunstenaars, presentaties van schoolprojecten, reclame van ondernemers, toeristische informatie enzovoort.

- Mogelijkheden verkennen om de warenmarkt wekelijks te organiseren op het Wilhelminaplein en de branchering op de warenmarkt te versterken.

Onderzoeken haalbaarheid uitbreiding Jumbo-supermarkt

Essentieel in de gepresenteerde visie is het realiseren van de uitbreidingswens van Jumbo binnen de noordelijke halter. Op zo kort mogelijke termijn moet inzicht worden verkregen in de ruimtelijke en financiële consequenties en haalbaarheid hiervan. De supermarktorganisatie zal dit tezamen met de gemeente Someren op dienen te pakken.

Versterken verblijfsfunctie Wilhelminaplein

De functie van het Wilhelminaplein als centraal ontmoetingspunt kan worden versterkt door:

- verdere uitbouw en concentratie horeca (incl. terrasfunctie);
- plein benutten voor evenementen. Activiteiten zorgen immers voor een levendige sfeer.

Versterken verblijfsfunctie Postelplein

De functie en de levendigheid van het Postelplein kan worden versterkt door een verdere groei van horeca en andere functies toe te staan. Hiervoor dienen de randvoorwaarden gecreëerd te worden.

7.3 Openbare ruimte en beeldkwaliteit

Versterken inrichting en verblijfsklimaat in gehele centrum

Het algemene kwaliteitsbeeld van het centrum laat nog te wensen over. Meer eenheid in de inrichting van de openbare ruimte en een verhoging van het verblijfsklimaat is gewenst. De voorgenomen herinrichting van de Postelstraat zal hieraan een belangrijke bijdrage leveren.

De opgave voor het centrum is:

- Opstellen inrichtingsplan en herinrichting van de Postelstraat én de Postel met meer aandacht voor kwaliteit en samenhang. De inrichting van de Postelstraat dient aan te sluiten bij een hogere verblijfskwaliteit voor voetgangers.
- Aandacht voor uniforme, eigentijdse inrichtingselementen die passen bij de identiteit van het centrum van Someren (banken, prullenbakken, verlichting enzovoort).
- Sfeerelementen, zoals groen en bankjes realiseren in het hele centrum.
- Accentueren entrees winkelgebied de Postel en Wilhelminaplein. Beter markeren als entree tot het centrumgebied.
- Opstellen van een verlichtingsplan voor het centrum, met aandacht voor reguliere verlichting en sfeerverlichting in de donkere maanden (o.a. kerst).
- Mogelijk plaatsen van banieren en/of vlaggen of andere collectieve uitingen die het centrum een eigen uitstraling geven.
- Afspraken maken met ondernemers over uitstallingen en reclame en deze vastleggen in beleid.

- Over het algemeen ziet het centrum er schoon uit en is er geen sprake van overlast. Middels een periodieke centrumschouw kan het beheer van het centrum worden besproken.

Stimuleren gevel- en beeldkwaliteit

De ervaring leert dat wanneer gemeenten gaan investeren in de openbare ruimte, dat eigenaren eerder bereid zijn te investeren in de verbetering van de gevel. Stimulatie van gevelverbetering kan op verschillende acties opgepakt worden:

- Inventarisatie verbeterpunten en stimuleren eigenaren
- Opstellen beeldkwaliteitsplan als richtinggevend kader
- Instellen stimuleringsfonds gevel- en beeldkwaliteit
- Prijsuitreiking beste gevel of beste etalage

7.4 Marketing, promotie en evenementen

Een uitvoeringsgericht beleid op het gebied van promotie, marketing en evenementen draagt bij aan het behoud en een verdere versterking van de concurrentiepositie.

De opgave voor het centrum is:

- Opstellen van een praktisch uitvoeringsplan promotie en marketing met daarin opgenomen de gewenste identiteit en het beeldmerk van Someren en de communicatiemiddelen om dit uit te dragen (bijvoorbeeld website, magazine enzovoort).
- Kwaliteitsverbetering activiteiten en evenementen in het centrum door een optimale coördinatie en afstemming van activiteiten en evenementen in de gemeente, het instellen van een evenementenkalender, bevorderen samenwerking tussen de-

tailhandel en horeca, het koppelen van evenementen aan koopzondagen enzovoort.

- Opzetten van arrangementen (bijvoorbeeld fiets- en wandelarrangementen in combinatie met de horeca in het centrum).
- Organiseren van collectieve marketingacties door ondernemers.

7.5 Bereikbaarheid en parkeren

De opgave voor het centrum is:

- Instellen blauwe zone;
- Instellen éénrichtingsverkeer (en oplossen knelpunten verkeersveiligheid);
- Verbeteren bewegwijzering parkeerplaatsen;
- Onderzoeken mogelijkheden onderlinge koppeling parkeerplaatsen.

7.6 Organisatie en samenwerking

Veel projecten zoals benoemd in dit actieprogramma komen niet vanzelf van de grond in het centrum van Someren. Ze vragen om investeringen van publieke en private partijen. Om de ambities in het centrum van Someren waar te maken is het noodzakelijk dat de ondernemers, de vastgoedeigenaren en de gemeente de handen in één slaan op het vlak van:

- het nastreven van een gezamenlijke koers in het centrum;
- het aanjagen en uitvoeren van projecten in het centrum;
- het stimuleren en organiseren van de afstemming, coördinatie, communicatie en betrokkenheid.

Centrummanagement²⁵ kan een middel zijn om dit te bereiken. Recentelijk zien we dat steeds meer kleinere gemeenten en plaatsen met 10.000 à 30.000 inwoners (zoals Someren) starten met een vorm van centrummanagement. Treffende voorbeelden in de regio zijn Best, Deurne, Asten, Panningen en Horst. Centrummanagement kan leiden tot meer begrip en vertrouwen, gezamenlijk beleid, concrete resultaten in projecten en nieuwe investeringen.

Bouwstenen voor centrummanagement in Someren

Voor de opbouw van het centrummanagement in Someren zijn de eerste bouwstenen al aanwezig. Zo vindt er al structureel overleg plaats tussen de ondernemers en de gemeente en hebben de OVS en enkele vastgoedeigenaren zich al positief uitgesproken over centrummanagement. Daar tegenover staat dat de ondernemers in het centrum van Someren nog (te) beperkt georganiseerd zijn (circa 50%).

Financiering centrummanagement

Een gezonde financieringsbasis, waarin overheid, bedrijfsleven en eigenaren van commercieel vastgoed hun bijdrage leveren, is een belangrijke basisvoorwaarde om het centrummanagement succesvol te kunnen laten functioneren. Het ondernemersgedeelte van de financiering kan collectief geregeld worden via een ondernemersfonds. Een ondernemersfonds zorgt ervoor dat 'free-riders' meebetalen in de gezamenlijke kosten.

²⁵ Centrummanagement kan omschreven worden als een structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen in een centrum, op basis van gelijkwaardigheid, met een gezamenlijke inzet van middelen, teneinde de aantrekkingskracht en daarmee het economisch functioneren van het centrum te versterken.

Om het centrummanagement te laten slagen in Someren is het daarom van belang dat er draagvlak gecreëerd wordt onder de ondernemers in het centrum van Someren, om zo, bij voorkeur, uiteindelijk een ondernemersfonds in te kunnen voeren en de financiële bijdrage van de ondernemers in het centrummanagement zeker te stellen. Zodra de organisatiegraad in het centrum is verbeterd kan op termijn een verdere professionalisering van het centrummanagement plaatsvinden.

Naar een plan van aanpak centrummanagement?

In dit uitvoeringsagenda wordt er al een aanzet gedaan voor de projecten die het centrummanagement eventueel kan gaan oppakken. Vooraf zullen deze projecten, tezamen met de organisatie en de financiering wel vastgelegd moeten worden in een op te stellen 'plan van aanpak centrummanagement'. De komende periode zal moeten uitwijzen of er voldoende lokale animo is voor het opstarten van centrummanagement.

7.7 Uitvoeringsagenda

Het beschreven actieprogramma is samengevat in een agenda, gericht op realisatie van actie voor de komende jaren. Naast het thema staan per project aangegeven: de trekkers en betrokken partijen (zonder daarbij volledig te kunnen zijn) en de periode van start/uitvoering. Waar ondernemers worden vermeld als partij, kan vaak ook Ondernemers Vereniging Someren worden gelezen.

| Algemeen | Trekker | Betrokken partijen | Periode/wanneer | Geschikt als quick-win? |
|--|----------------|---------------------------|--|--------------------------------|
| Ruimtelijk-functionele visie centrum Someren vaststellen | G | O, M, E | 2011 | J |
| Doorvertaling visie naar bestemmingsplan | G | Divers | Eens in de tien jaar en bij ontwikkelingen | N |
| Handhaving beleid | G | O | Doorlopend | N |
| Ruimtelijk-functioneel | Trekker | Betrokken partijen | Periode/wanneer | Geschikt als quick-win? |
| Opbouwen van een netwerk met vastgoedeigenaren, brancheorganisaties, winkelketens en individuele ondernemers | C | G, O, M, E | 2011 – 2013 | N |
| Rechtstreeks benaderen van retailers en horeca-ondernemers | C | G, O, M | Doorlopend | N |
| Verkennen van verplaatsingswensen en mogelijkheden | C | G, O, M | 2011 – 2013 | N |
| Bijhouden van overzicht leegstaande en vrijkomende panden | C | G, O, M, E | Doorlopend | J |
| Invulling leegstaande etalages / panden | C | G, O, M, E | Doorlopend | J |
| Verkennen mogelijkheden 1 x per week organiseren weekmarkt | G | O, C | 2011 – 2012 | J |
| Verdichting winkelfunctie en winkelondersteunende horeca Postelstraat | M, E | O, G, C | Doorlopend | N |
| Onderzoeken haalbaarheid uitbreiding Jumbo | G, M | E | 2011 – 2012 | J |
| Oprichten Vereniging Van Eigenaren | M, E | C | 2011 – 2012 | N |
| Concentratie horeca rond het Wilhelminaplein en Postelplein | G, O, M | E | Doorlopend | N |
| Meer ruimte bieden aan terrassen op het Wilhelminaplein | G | O | 2011 – 2015 | N |
| Openbare ruimte en beeldkwaliteit | Trekker | Betrokken partijen | Periode start/uitvoeringsperiode | Geschikt als quick-win? |
| Inrichtingsplan Postelstraat | G | Divers | 2011 – 2013 | N |
| Inrichtingsplan Postelplein | G | Divers | 2011 – 2013 | N |
| Entrees winkelgebied accentueren | G | O, M | 2011 – 2015 | N |
| Opstellen verlichtingsplan | G | O | 2011 - 2015 | N |
| Afspraken reclamebeleid en uitstallingen | G | O | 2011 – 2012 | J |
| Plaatsen banieren/vlaggen | C | G, O | 2011 – 2013 | J |
| Centrumschouw | G, C | O | Doorlopend | J |
| Stimuleren gevel- en beeldkwaliteit | G | C, O, M | 2011 – 2015 | N |

| Promotie, marketing en evenementen | Trekker | Betrokken partijen | Periode/wanneer | Geschikt als quick-win? |
|---|----------------|---------------------------|------------------------|--------------------------------|
| Opstellen praktisch uitvoeringsplan promotie en marketing | C | G, O | 2011 – 2013 | J |
| Kwaliteitsverbetering activiteiten en evenementen | C | G, O | 2011 – 2013 | J |
| Activiteiten zo veel mogelijk op Wilhelminaplein organiseren | O | G, C | Doorlopend | N |
| Opzetten van arrangementen | C | G, O | 2011 – 2013 | J |
| Parkeren en bereikbaarheid | Trekker | Betrokken partijen | Periode/wanneer | Geschikt als quick-win? |
| Blauwe zone instellen | G | O | 2011 – 2013 | J |
| Eenrichtingsverkeer Postelstraat in zuidelijke richting instellen | G | O | 2011 – 2013 | N |
| Onderlinge koppeling parkeerplaatsen | G, M, E | O | 2011 – 2020 | N |
| Verbeteren bewegwijzering parkeerplaatsen | G | O, M | 2011 – 2013 | J |
| Organisatie en samenwerking | Trekker | Betrokken partijen | Periode/wanneer | Geschikt als quick-win? |
| Organisatiegraad ondernemers vergroten | O | G, C | 2011 – 2012 | J |
| Opstellen plan van aanpak centrummanagement | G,O,C | M, E | 2011 – 2012 | N |
| Verdere professionalisering centrummanagement | O, C | G, M, E | 2012 – 2014 | N |

G = gemeente, O = ondernemers, M = marktpartijen/projectontwikkelaars, C = centrummanagement, I = inwoners, E= eigenaren

J = ja, N = nee

Bijlagen

Bijlage 1: Definities

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, alsmede de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of gebruiker.

Reguliere detailhandel

De detailhandel die in de bebouwde kom en in de gangbare winkelcentra gevestigd is. Reguliere detailhandel wordt aangeduid om het verschil aan te geven met GDV- en PDV-aanbod op perifere locaties.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in levensmiddelenpeciaalzaken, drogisterijen en parfumeriezaken.

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

Branche

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuizen).

Niet-winkelaankopen

Detailhandelsbestedingen buiten de gevestigde winkels (onder andere warenmarkt, postorder, Internet, etc.).

Ambulante handel

Warenmarkten, solitaire standplaatsen, braderieën, venters of wijkrijders (exclusief rijdende winkels) en parlevinkers.

Winkel

Ieder voor publiek vrij toegankelijk pand dat bedoeld is voor de verkoop van detailhandelsartikelen.

Winkelgebied

Concentratie van winkels die voor de consument waarneembaar als eenheid te onderscheiden is. Naast winkels gaat het veelal ook om horeca-aanbod en consumentverzorgende ambachtelijke bedrijven en dienstverlening.

Overbewinkeling

Situatie waarin meer winkeloppervlak aanwezig is dan op grond van de specifieke situatie mogelijk is.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

Winkelvloeroppervlakte (wvo)

De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Brutovloeroppervlakte (bvo)

Ook wel bebouwd oppervlak van een ruimte of een groep van ruimten is de oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.

Bedrijfsoppervlak oftewel winkelgebruiksvloeroppervlak (wgo)

Alle inpandige ruimte die voor de individuele bedrijfsuitvoering benodigd is. Dus de totale bedrijfsruimte, inclusief de niet direct met de detailhandelsactiviteit verband houdende ruimten, zoals kantines, toiletten, kantoor, magazijn, etc.

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar de gemiddelde inkomenssituatie in het betreffende gebied. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvoeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

Vreemde koopkracht

Het deel van de gerealiseerde omzet (inclusief BTW) in een bepaalde plaats, winkelgebied of –centrum dat afkomstig is van andere dan de ‘eigen’ consumenten (dus van buiten de plaats).

Koop(kracht)oriëntatie

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij een bepaald winkelcentrum.

Koopstromenonderzoek

Onderzoek middels een enquête gehouden onder de bevolking van een bepaald gebied (zoals kern, gemeente, regio of provincie) om te bepalen waar (in welke winkels, concentraties) hun detailhandelsbestedingen terecht komen. Hiermee is het koopgedrag vast te stellen voor een bepaalde aankoopplaats. Dit wordt uitgedrukt met de begrippen ‘koopkrachtbinding’ en ‘koopkrachtafvoeiing’.

PDV-Perifere Detailhandels Vestigingen

Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc. Toegelaten branches in het tot voor kort geldende Rijksbeleid: auto’s, boten, caravans, brand- en milieugevaarlijke stoffen, tuincentra, bouwmarkten, de gehele woninginrichtingsbranche, keukens en sanitair. Perifere detailhandel had de branchering als criterium. Met de Nota Ruimte is het PDV-beleid komen te vervallen.

PDV-locatie

Plaats waar detailhandel gevestigd is buiten de reguliere winkelcentra, in de branches tuincentra, bouwmarkten, woninginrichting, keukens en sanitair.

GDV-Grootschalige Detailhandels Vestigingen

Winkels met een ondergrens van 1.500 m² bedrijfsvloeroppervlak, zoals tot voor kort in het Rijksbeleid toegelaten op daarvoor aangewezen GDV-locaties (13 stedelijke knooppunten). Met het eerder in de Vijfde Nota gepresenteerde beleid is GDV komen te vervallen. Grootschalige detailhandel had oppervlakte als criterium, niet de branchering (zie ook PDV).

Bijzondere concentratie

Concentratie van winkels op een perifere locatie met branches die conform het gemeentelijk beleid daar zijn toegelaten. Door omvang en invulling hebben de bijzondere concentraties meestal een bovenlokale functie.

Franchise- en filiaalbedrijven

Ondernemingen met franchising die 2 of meer eigen filialen hebben, aangevuld met winkels van franchisenemers.

Bouwmarkt

Een al dan niet geheel overdekte verkoopplaats, waarop een volledig of nagenoeg volledig assortiment aan bouw- en doe-het-zelfproducten wordt aangeboden aan de uiteindelijke gebruiker of gebruiker.

Tuincentrum

Een verkoopplaats met een volwaardig assortiment aan dode en levende artikelen voor in huis/tuin die direct aan particulieren ter verkoop worden aangeboden.

Koopgedrag

Bij de typering van het koopgedrag zijn de artikelen die de consument wil aanschaffen en de frequentie waarmee dit gebeurt leidend, met de volgende indeling:

- Boodschappen: voedings- en genotmiddelen, artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging, en aanvullende dagelijkse artikelen zoals dierenbenodigdheden, bloemen, tijdschriften. Aanschaf gebeurt in hoge frequentie.
- Winkelen: modische en luxe artikelen, hobby- en vrijetijdsartikelen en overig (computers, telecomartikelen, lijsten/posters, woondecoratie). Aanschaf gebeurt in gevarieerde frequenties, afhankelijk van individuele voorkeur (de artikelen worden ook wel 'ego-boeiend' genoemd).
- Laagfrequent kopen: gerichte aanschaf van (vaak) dure artikelen die men relatief lang gebruikt (zoals meubelen, gereedschappen, grote huishoudelijke apparatuur, rijwielen). Aanschaf gebeurt –zoals aangegeven– in een lage frequentie.

Segmentatie

De Kennisgroep Segmentatie gaat vooralsnog uit van de volgende definitie:

Verschillende groepen klanten stellen verschillende eisen aan productsoorten en markten.

Voor elk product kan men de markt onderverdelen in individuele segmenten, waarbij elk segment een aantal klanten met dezelfde eisen, smaak, eigenschappen, interesses, lifestyle of reacties op de 'marketing mix' vertegenwoordigt.

Effectieve segmentatie kan gaten in de markt aantonen en inzicht bieden in de eisen van verschillende soorten gebruikers. Daarmee wordt het potentiële productaanbod zodanig geplaatst dat aan de behoefte wordt voldaan

Zichtbaarheid

Gebruikers van een gebied moeten het gebied kunnen overzien en het gevoel hebben dat andere aanwezigen hen kunnen zien. Goede verlichting (dat wil zeggen helder, gelijkmatig en niet verblindend) is noodzakelijk, waarbij erop gelet moet worden dat geen schijnveiligheid gewekt wordt.

Toegankelijkheid

Een duidelijke routing met goede oriëntatiemogelijkheden is belangrijk voor een positieve beleving. Het gebied moet voor zijn gebruikers goed toegankelijk zijn, terwijl het waar nodig afgesloten kan worden.

Attractiviteit

Een ruimte met allerlei voorzieningen, waar plezierige materialen en kleuren en prettige verlichting aanwezig zijn en waar bovendien alles heel en schoon is, draagt bij aan een veilig gevoel van de gebruikers.

Distributie Planologisch Onderzoek

Op grond van Distributie Planologisch Onderzoek, kortweg ook wel *DPO* genoemd, kan in beeld worden gebracht of er voor uitbreiding van de detailhandel in een (winkel)gebied nog marktruimte is. Tevens kan worden onderzocht of er sprake is van marktverzadiging of overbewinkeling in het gebied. Distributie Planologisch Onderzoek onderzoekt wijzigingen in de voorzieningenstructuur. Bij een voor/door de overheid uitgevoerd DPO staan meestal 2 doelstellingen centraal:

- Het verkrijgen van inzicht in de ruimtelijke kwaliteit van de verzorging.
- Het verkrijgen van inzicht in de rentabiliteit van de ondernemingen (hun functioneren).

Een voor/door een bedrijf uitgevoerd DPO concentreert zich meestal op de laatstgenoemde doelstelling.

Bijlage 2: Afbakening branches

BRO hanteert onderstaande Locatusindeling in de detailhandel naar sectoren, branchegroepen en hoofdbranches.

| Sector | Branchegroep | hoofdbranche |
|---------------------------------|----------------------|----------------------------|
| Dagelijks | Dagelijks | Levensmiddelen |
| | | Persoonlijke verzorging |
| <i>Subtotaal dagelijks</i> | | |
| | | Warenhuis |
| | | Kleding en mode |
| | Mode & luxe | Schoenen en lederwaren |
| | | Juwelier en optiek |
| | | Huishoudelijke en luxe |
| | | Antiek en kunst |
| Niet-dagelijks | Vrije tijd | Sport en spel |
| | | Hobby |
| | | Media |
| | | Dier en plant |
| | | Bruin- en witgoed |
| | In/om het huis | Fietsen en autoaccessoires |
| | | Doe-het-zelf |
| | | Wonen |
| | Overige detailhandel | Overige detailhandel |
| <i>Subtotaal niet-dagelijks</i> | | |
| Totaal detailhandel | | |

Bijlage 3: Winkelaanbod

Tabel: Aanbod kern Someren vergeleken met plaatsen van 15.000 tot 20.000 inwoners

| | Kern Someren | | | Vergelijkbare plaatsen | | |
|----------------------------------|--------------|--------------------|-----------------------------------|------------------------|--------------------|-----------------------------------|
| | Aantal | m ² wvo | m ² wvo per 1.000 inw. | Aantal | m ² wvo | m ² wvo per 1.000 inw. |
| Levensmiddelen | 17 | 3.551 | 221 | 21 | 4.918 | 306 |
| Persoonlijke verzorging | 4 | 670 | 42 | 5 | 860 | 54 |
| dagelijkse artikelen | 21 | 4.221 | 263 | 26 | 5.778 | 359 |
| Warenhuis | 1 | 290 | 18 | 1 | 652 | 41 |
| Kleding en mode | 19 | 3.472 | 216 | 20 | 3.034 | 189 |
| Schoenen en lederwaren | 9 | 2.058 | 128 | 4 | 903 | 56 |
| Juwelier en optiek | 4 | 288 | 18 | 5 | 319 | 20 |
| Huishoudelijke en luxe artikelen | 3 | 878 | 55 | 4 | 667 | 41 |
| Antiek en kunst | 0 | 0 | 0 | 1 | 109 | 7 |
| Sport en spel | 2 | 455 | 28 | 4 | 1.036 | 64 |
| Hobby | 3 | 153 | 10 | 3 | 211 | 13 |
| Media | 3 | 582 | 36 | 3 | 430 | 27 |
| Dier en plant | 10 | 4.587 | 285 | 7 | 3.943 | 245 |
| Bruin- en witgoed | 4 | 900 | 56 | 5 | 668 | 42 |
| Fietsen en autoaccessoires | 2 | 320 | 20 | 3 | 651 | 40 |
| Doe-het-zelf | 8 | 4.082 | 254 | 4 | 3.252 | 202 |
| Wonen | 15 | 14.485 | 901 | 11 | 5.707 | 355 |
| Detailhandel overig | 3 | 186 | 12 | 4 | 940 | 58 |
| niet-dagelijkse artikelen | 86 | 32.736 | 2.036 | 79 | 22.523 | 1.401 |
| Totaal detailhandel | 107 | 36.957 | 2.298 | 105 | 28.301 | 1.760 |

Tabel: Aanbod centrum Someren vergeleken met plaatsen van 15.000 tot 20.000 inwoners

| | Centrum Someren | | | Vergelijkbare plaatsen | | |
|-----------------------------|-----------------|--------------------|-----------------------------------|------------------------|--------------------|-----------------------------------|
| | Aantal winkels | m ² wvo | m ² wvo per 1.000 inw. | Aantal winkels | m ² wvo | m ² wvo per 1.000 inw. |
| Levensmiddelen | 10 | 2.991 | 186 | 14 | 3.117 | 194 |
| Persoonlijke verzorging | 4 | 670 | 42 | 4 | 736 | 46 |
| dagelijkse artikelen | 14 | 3.661 | 228 | 18 | 3.853 | 240 |
| Warenhuis | 1 | 290 | 18 | 1 | 565 | 35 |
| Kleding en mode | 17 | 3.377 | 210 | 19 | 2.883 | 179 |
| Schoenen en lederwaren | 7 | 1.895 | 118 | 4 | 809 | 50 |
| Juwelier en optiek | 4 | 288 | 18 | 4 | 307 | 19 |
| Huishoudelijke en luxe art. | 2 | 818 | 51 | 3 | 611 | 38 |
| Antiek en kunst | 0 | 0 | 0 | 1 | 54 | 3 |
| Sport en spel | 2 | 455 | 28 | 3 | 559 | 35 |
| Hobby | 1 | 56 | 3 | 2 | 163 | 10 |
| Media | 3 | 582 | 36 | 3 | 412 | 26 |
| Dier en plant | 4 | 457 | 28 | 4 | 510 | 32 |
| Bruin- en witgoed | 3 | 805 | 50 | 4 | 491 | 31 |
| Fietsen en autoaccessoires | 1 | 255 | 16 | 1 | 273 | 17 |
| Doe-het-zelf | 2 | 945 | 59 | 1 | 227 | 14 |
| Wonen | 1 | 453 | 28 | 5 | 1.198 | 75 |
| Detailhandel overig | 0 | 0 | 0 | 2 | 390 | 24 |
| niet-dagelijkse artikelen | 48 | 10.676 | 664 | 57 | 9.452 | 588 |
| Totaal detailhandel | 62 | 14.337 | 892 | 75 | 13.305 | 827 |

Bijlage 4: Benchmark Someren - Asten

Tabel: Benchmark winkelaanbod gemeente Someren en gemeente Asten

| | Gemeente Someren | | Gemeente Asten | |
|----------------------------------|------------------|--------------------|----------------|--------------------|
| | Aantal winkels | m ² wvo | Aantal winkels | m ² wvo |
| Levensmiddelen | 19 | 3.881 | 20 | 5.325 |
| Persoonlijke Verzorging | 4 | 670 | 3 | 750 |
| Warenhuis | 1 | 290 | 1 | 507 |
| Kleding & Mode | 19 | 3.472 | 20 | 3.348 |
| Schoenen & Lederwaren | 9 | 2.058 | 6 | 724 |
| Juwelier & Optiek | 4 | 288 | 3 | 208 |
| Huishoudelijke- & Luxe artikelen | 3 | 878 | 3 | 773 |
| Antiek & kunst | - | - | 1 | 175 |
| Sport & Spel | 3 | 640 | 3 | 970 |
| Hobby | 3 | 153 | 1 | 250 |
| Media | 3 | 582 | 2 | 289 |
| Plant & Dier | 11 | 4.627 | 6 | 3.731 |
| Bruin & Witgoed | 4 | 900 | 5 | 1.405 |
| Auto & Fiets | 2 | 320 | 3 | 518 |
| Doe-Het-Zelf | 8 | 4.082 | 6 | 3.418 |
| Wonen | 15 | 14.485 | 17 | 12.454 |
| Detailhandel Overig | 3 | 186 | 4 | 605 |
| Leegstand | 12 | 2.278 | 17 | 2.331 |
| Totaal | 233 | 39.790 | 222 | 37.781 |

