

# Detailhandelsbeleid gemeente Helmond 2023-2030



*Kloppend stadshart – vitale wijkcentra*





## Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Samenvatting Detailhandelsbeleid gemeente Helmond 2023- 2030	5
1. Inleiding	10
2. Trends en ontwikkelingen landelijk en Helmond inclusief impact Coronacrisis	12
3. Feiten en cijfers landelijk en Helmond	20
4. Gevolgen voor Helmond van trends en ontwikkelingen	41
5. Evaluatie algemene en gebiedsspeerpunten Detailhandelsbeleid 2013	44
6. Strategisch kader detailhandelsbeleid 2023 -2030	50
7. Toetsing van nieuwe initiatieven	71
8. Handhaving	74
<b>Bijlagen</b>	75
Bijlage 1: Aanbod detailhandel Helmond 2021: spreiding branches en ontwikkeling verkooppunten, oppervlakte en branches	75
Bijlage 2: Ontwikkeling aanbod en spreiding over de winkelgebieden	76
Bijlage 3: Leegstand in Helmond 2021 en ontwikkeling 2010-2021	77
Bijlage 4: Werkgelegenheid Detailhandel Helmond: ontwikkeling 2010-2020	78
Bijlage 5: Helmond in de regio	79
Bijlage 6: Supermarktstructuur Helmond 2021 (overzicht) en 2020 (naar soort en grootte)	80
Bijlage 7: Koopstromenonderzoek 2021: Onderzoeksmethode en Verbetertips Helmond Centrum – 12 keer en minder genoemd	81
Bijlage 8: Verhouding detailhandel Helmond in winkelgebieden en verspreid in percentages in 2013 en 2021	83
Bijlage 9: Globale raming behoefte voorzieningen Helmond in relatie tot Schaalsprong 2040	84
Bijlage 10: Advies Regionale Adviescommissie Detailhandel SGE (RACD) 2020	85
Bijlage 11: Beoordeling winkelgebieden buiten hoofdwinkelgebied Helmond 2022	87
Bijlage 12: Mening over ontwikkeling Helmond Centrum uit KSO 2021	97
Bijlage 13: Overzicht gewenste specifieke winkels/soort winkels Helmond Centrum uit KSO 2021	98
Bijlage 14: Evaluatie algemene speerpunten en winkelgebieden Detailhandelsbeleid 2013	100
Bijlage 15: Samenstelling en toetsingsprocedure Detailhandels Adviescommissie (DAC)	109
Bijlage 16: Overzicht vaak gebruikte begrippen (Afkomstig van Locatus)	111

### Behorend hierbij:

Adaptief Actieplan

### Colofon:

Vastgesteld door: College van Burgemeester en Wethouders, na toetsing in Commissie Inwoners Gemeenteraad Helmond

Datum: 24 januari 2023

Samenstelling: Afdeling Ondernemen en ontwikkelen-Team Economie, Gemeente Helmond, in afstemming met de Helmondse Detailhandels Adviescommissie (DAC)

Grafische vormgeving: Communicatie Gemeente Helmond

Fotografie: Gemeente Helmond, Press Visuals, KVG-fotografie

## Voorwoord

Voor u ligt het nieuwe detailhandelsbeleid van de gemeente Helmond. Dit beleid is tot stand gekomen op basis van een evaluatie van het beleid uit 2013 en toetsing aan nieuwe ontwikkelingen.

Detailhandel speelt binnen de lokale economie een belangrijke rol en is van belang voor de lokale werkgelegenheid en de leefbaarheid van onze stad. In deze veranderende tijden is het voor ondernemers en betrokken instanties noodzakelijk helder in beeld te hebben waar welke mogelijkheden liggen. Crises maar ook de al langer ingezette trend van online winkelen maken dat de noodzaak tot aanpassing nog actueler is.

De gemeente wil met dit vernieuwde detailhandelsbeleid handvatten en richtlijnen bieden om deze helderheid te geven. Daarom zijn er in dit beleid duidelijke keuzes gemaakt. Deze duidelijkheid is nodig om kansen te kunnen verzilveren en een levendig centrum en vitale wijkcentra te behouden. Tevens stelden wij nog een Adaptief actieplan vast, om niet alleen een beleid als toetsingskader te hebben. Maar ook, actiever dan in de periode 2013-2022, ontwikkelingen te stimuleren of juist af te remmen. Want hoewel we vorderingen hebben gemaakt op bijvoorbeeld de aanpak van leegstand, kan dit nog beter. Dit deden wij onder meer in samenspraak met de partners in de stad zoals vertegenwoordigd in de Detailhandels Adviescommissie.

De ambitie van Helmond is om de lokale verzorgende positie van het winkelaanbod te versterken en te fungeren als oostelijke stedelijke kern binnen de Brainport Eindhoven, ook met het oog op onze ambitie om verder te verstedelijken (de schaa sprong). Hierdoor willen wij ook aantrekkelijker zijn voor de omliggende Peelgemeenten. Deze rol sluit goed aan bij de bovenregionale rol die de grotere buurgemeente Eindhoven vervult. Bij het opstellen van dit beleid is nadrukkelijk de samenwerking opgezocht met zowel lokale, regionale als landelijke partijen die bij de detailhandel betrokken zijn.

In de jaren 2020-2022 werd ook de Helmondse detailhandel getroffen door de gevolgen van de Coronacrisis en ondervindt daar nog de gevolgen van. En nauwelijks hiervan bekomen treft ook deze sector de Koopkrachtcrisis in 2022 als gevolg van de oorlog in Oekraïne en de daardoor extreem gestegen energieprijzen. Dat komt bovenop het algemene personeelstekort op de arbeidsmarkt. De gemeente wil net zoals in de Coronacrisis zo goed mogelijk lokaal een ondersteunende rol spelen, aanvullend op die van het rijk. Het college heeft daarom de gemeenteraad voorgesteld een Koopkrachtfonds van 10 miljoen euro in te stellen voor maatregelen als aanvulling op eventuele rijks-compensatie, onder meer voor ondernemers. Op 10 november 2022 heeft de gemeenteraad dit fonds ingesteld.

Ik kijk ernaar uit om met de partners in de stad, met wie ik als nieuwe wethouder sinds juni 2022 in Helmond al kennis gemaakt heb, dit beleid verder vorm te geven en uit te voeren.

Martijn de Kort,  
Wethouder Economie, Arbeidsmarkt en Financiën



## Samenvatting Detailhandelsbeleid gemeente Helmond 2023- 2030

*Kloppend stadshart – Vitale wijkcentra*

### Doel detailhandelsbeleid

Detailhandel speelt binnen de lokale economie een belangrijke rol en is van belang voor de lokale werkgelegenheid en de leefbaarheid van onze stad. In deze veranderende tijden is het voor ondernemers en betrokken instanties noodzakelijk helder in beeld te hebben waar welke mogelijkheden liggen. De gemeente wil met dit vernieuwde detailhandelsbeleid handvatten en richtlijnen bieden om deze helderheid te geven: een toetsingskader. Een adaptief actieplan zal ook concrete acties bevatten ten behoeve van het bereiken van doelen.

### Centrale vragen die in het beleidsplan beantwoord worden zijn:

- A. Wat betekenen de gewijzigde marktomstandigheden inclusief de impact van de coronacrisis voor de ambities en doelstellingen van het Detailhandelsbeleid 2023-2030?
- B. Moet het Detailhandelsbeleid 2023-2030 aangepast worden aan het regionale, provinciale en lokale beleid?
- C. Welke (wijk)winkelcentra hebben voldoende toekomstperspectief en welke vragen om extra aandacht?

### Trends landelijk vraag- en aanbodzijde

#### Aan de vraagzijde zien we:

De economie groeit, maar de (offline) retailmarkt blijft kwetsbaar, de Nederlandse detailhandel kent toch nog steeds omzetgroei in 2021, ook offline, we gaan van beleving naar betekenis, er is een toename van reisbereidheid, de consument is goed geïnformeerd en de vraag naar food is diverser. De “coronatrends” zijn: er komt een versnelling in transformatie: van *place to buy* naar *place to meet*, duidelijk onderscheid in run- en funshoppes (consumenten gaan meer functioneel winkelen), de shift naar online is definitief gemaakt en ook na corona blijft er behoefte aan een schone en ruime omgeving.

#### Aan de aanbodzijde zien we:

*Blurring en fusion* (de grenzen van retail worden in meerdere opzichten opgerekt), supermarkten richten zich op beleving, er is schaalvergroting, de vraag naar vastgoedaanbod hoofdwinkelstraten verschuift naar kleinere winkelpanden in middelgrote centra, winkelketens voeren een steeds selectiever locatiebeleid, er zijn minimale verplaatsingen van elders in de stad naar een hoofdwinkelstraat, er ontstaan nieuwe vormen van distributie (zowel voor de bevoorrading van winkels zelf als de bezorging aan de consument), online en offline gaan steeds meer samen, er zijn diverse problemen in de “buitenstad” (perifere detailhandelslocaties) in Nederland. Ook is er de corona-impact: we gaan meer thuiswerken als dat werk-technisch kan, we gaan minder vaak aankopen doen dan voor corona, we blijven online meer gebruiken dan voor corona en we gaan minder vaak naar steden toe om te winkelen en te werken. Verwacht wordt: meer winkelsluitingen, steden gaan inkrimpen (onder meer middelgrote steden hebben het zwaar), opkomst supersnelle bezorging, wijkwinkelcentra zijn de voorlopig winnaars maar ook toename afvloeiing online in dagelijkse en doelgerichte aankopen. Corona zorgt voor een structureel huureffect (daling is vooral ingezet in middelgrote centra, grote steden volgen). Tot slot zijn actuele ontwikkelingen in 2022 de koopkrachtcrisis en het personeelstekort.



### Vraag en aanbod Helmond 2021 in perspectief

Aan de vraagzijde zien we: het consumptiegedrag verandert mogelijk door voorziene bevolkingsgroei, er is vergrijzing, migratie en er zijn meer één- en tweepersoonshuishoudens. De schaa sprong zal zorgen voor extra bevolkingsgroei (MIRT-verstedelijkingafspraken Helmond (2020)), met de vraag wat het voorzieningenniveau moet zijn. Bij de supermarkten blijkt: er is een grote dynamiek in de supermarktbranche. Bij de kwantitatieve behoefte aan supermarkten in Helmond is sprake van overbewinkeling. Aan de aanbodzijde zien we: Helmond heeft medio 2021 455 verkooppunten detailhandel, Helmond heeft minder winkels dan tien jaar geleden, maar gemiddeld wel grotere winkels, er zijn steeds minder winkels in mode en luxe, vrije tijd en wonen, het Helmondse aanbod detailhandel is in vergelijking met andere vergelijkbare steden kleiner, de leegstand is ten opzichte van 2020 gedaald maar nog steeds hoger dan in 2013, de toename van werkgelegenheid in Helmondse detailhandel is vooral online en Helmond staat op de 2e plaats – na Eindhoven - in de regio Zuidoost Brabant als het gaat om aantal winkels. Bij de supermarkten zien we: kwalitatief kent Helmond een grote diversiteit van supermarkten. Helmond heeft voorts een fijnmazige supermarktenstructuur met relatief veel supermarkten kleiner dan 1000 m2 winkel-verkoopvloeroppervlak.

### Koopstromen Helmond – Koopstromenonderzoek 2021 (KSO2021)

We onderscheiden 3 hoofdgroepen: dagelijks (boodschappen), recreatief (Mode en Luxe en Vrije tijd) en doelgericht (In en om het huis). Winkels met dagelijks aanbod vinden we vooral in de wijkwinkelgebieden, recreatief aanbod vooral in het centrum en doelgericht zit vooral op de Engelsewegen en omgeving/Autoboulevard Varenschut. Bij de herkomst van bestedingen zien we dat bij dagelijks circa 95 % uit Helmond komt, bij recreatief en doelgericht is dat bijna 70%. De toevloeiing naar Helmond vormt nog steeds een duidelijk lager aandeel dan in benchmarkgemeenten. De afvloeiing naar online is in Helmond circa 30 % bij recreatief shoppen.

Uit het KSO 2021 blijkt voorts: de waardering voor Helmond centrum en Winkelboulevard Engelseweg en omgeving is gemiddeld een ruime voldoende. In Helmond centrum: horeca en bereikbaarheid fiets scoren boven gemiddeld en parkeren auto en bereikbaarheid OV onder gemiddeld. Op de Engelseweg en omgeving: winkelaanbod, bereikbaarheid auto en fiets, parkeren auto scoren bovengemiddeld en horeca, faciliteiten, aanwezigheid groen en bereikbaarheid OV onder gemiddeld. Inwoners gaven tips voor het centrum aan de gemeente: meer variatie in winkels/groter aanbod, goedkoper parkeren en leegstand bestrijden vormen de top-3. En de mening van bezoekers van het centrum over de ontwikkeling van Helmond centrum de afgelopen tien jaar is: bezoekers vinden dat vooral het aanbod van horeca en de aanwezigheid van groen in positieve zin zijn veranderd. Bezoekers zijn minder te spreken over de ontwikkeling van het winkelaanbod en de evenementen in het centrum.

### Gevolgen voor Helmond van trends en ontwikkelingen

We moeten inspelen op toename inwoners in/rond het centrum, internetgevoelige winkelbranches blijven onder druk staan, de concurrentiepositie - met name Helmond centrum - blijft een aandachtspunt, actieve leegstands aanpak blijft nodig binnen en buiten centrum, de functie van wijkwinkelcentra verandert, minder boodschappen in eigen buurt en ook online. Gevolgen corona: In Helmond lijkt de positie wijkwinkelcentra ongeveer gelijk gebleven, niet enorm verstevigd door de coronatrends (dichtbij huis boodschappen, thuis werken), mogelijke toename faillissementen winkels en horeca door wegvallen coronasteun lijkt (nog) beperkt in Helmond, mogelijk heeft corona de daling van huur/ huuraanpassingen door diverse pandeigenaren

in Helmond versneld - huurprijzen Helmond centrum zijn sinds 2016 al aan het dalen, en een eventuele toename overlast door toename flitsbezorgers en/of “darkstores” in het centrum of in wijkwinkelcentra is nog niet waargenomen. Tot slot stelde het college een Koopkrachtfonds voor aan de gemeenteraad, als extra ondersteuning van getroffen in Helmond, waaronder ondernemers. De gemeenteraad heeft op 10 november 2022 dit fonds ingesteld.

### Evaluatie speerpunten detailhandelsvisie 2013 Helmond

Het beleid kende de volgende speerpunten: het faciliteren van de dynamiek binnen de detailhandel, koopgedrag hanteren als leidraad voor positionering van winkelgebieden, het stimuleren van ruimtelijke concentratie, het verminderen van verspreide bewinkeling buiten de winkelcentra, schaalvergroting op de juiste plek faciliteren, zondag-openstellingen mogelijk maken en leegstand tegengaan.

Aan de meeste speerpunten is uitvoering gegeven en de ermee te bereiken doelen zijn deels behaald in 2021. Met name op het vlak van leegstandsbestrijding en aantrekkelijkheid centrum heeft vooral sinds 2017 een combinatie van diverse concrete acties samen geleid tot stabilisatie en zelfs daling van de leegstand sinds 2020. Concrete acties om de gewenste structuur te krijgen (meer concentratie, verspreide bewinkeling tegengaan, met name buiten het centrum), zijn deels achterwege gebleven of hebben nog niet het gewenste effect gehad. Een adaptief actieplan met concrete acties kan helpen om de gewenste structuur te verkrijgen.

De speerpunten van het detailhandelsbeleid 2013 (beleidslijnen/kaders) in het algemeen en per type winkelgebied zijn grotendeels actueel en passend bij de opgaves die er liggen. Ook sluiten ze grotendeels aan bij het bestaande beleid van de regio en provincie. De leidende beleidskaders uit het detailhandelsbeleid 2013 hoeven dus niet herzien te worden (zondag-openstelling komt niet terug want dit is gerealiseerd). De strategie en uitvoering behoeven aandacht. Waarbij adviezen vanuit Koopstromenonderzoek 2021 en de Regionale Adviescommissie Detailhandel (RACD) zijn: richt je op grotere binding van je eigen inwoners (recreatief winkelen), ga voor concentratie van aanbod en zoek de juiste functiemix met het juiste verhaal (profilering).

### Strategisch kader 2023 - 2030

De ambitie van Helmond is om de lokale verzorgende positie van het winkelaanbod te versterken en te fungeren als oostelijk kloppend hart – met name het centrum - binnen de Brainport Eindhoven, ook met het oog op onze ambitie om verder te verstedelijken (de schaa sprong). Hierdoor willen wij ook aantrekkelijker zijn voor de omliggende Peelgemeenten. Deze rol sluit goed aan bij de bovenregionale rol die de grotere buurgemeente Eindhoven vervult. Voor het centrum is de ambitie: winkelen, ontmoeten en wonen in Helmond centrum: een kloppend stadshart. Voor de wijken is de ambitie: boodschappen doen en elkaar ontmoeten in vitale Helmondse wijkcentra. Voor winkelboulevard Engelseweg en omgeving willen wij het lokale en regionaal verzorgend winkelcentrum zijn voor grootschalige detailhandel en hetzelfde geldt voor Autoboulevard Varenschut (autoverkoop).



Speerpunten zijn:

1. Faciliteren van de dynamiek binnen de detailhandel
2. Koopgedrag hanteren als leidraad voor positionering
3. Stimuleren van ruimtelijke concentratie
4. Verminderen verspreide bewinkeling buiten de winkelcentra
5. Schaalvergroting op de juiste plek faciliteren
6. Leegstand tegengaan

Waarbij ook nog concrete te behalen doelen zijn geformuleerd voor deze speerpunten. De strategie voor het hoofdwinkelcentrum is een sterk compact gevarieerd kernwinkelgebied en inzet op totale centrumbeleving, met als hoofdpunten: ontwikkelen van onderscheidend vermogen, focus op kernzone en toevoegen van trekkers, stimulering van grotere variatie in het centrumwinkelaanbod en inzet op programmering. Voor de wijkwinkelcentra is de strategie gebaseerd op een toekomstbestendigheidstoets. En voorts is de inzet concentratie in 8 wijkwinkelcentra: Hoofstraat-'t Hout, De Plaetse-Brandevoort, Dorpsstraat-Stiphout, Combicentrum-Helmond-West, De Bus- Helmond-Noord, Heistraat-Binnenstad-Oost, Straakven-Helmond-Oost en Brouwhorst-Brouwhuis/Rijpelberg. Die samen met het hoofdwinkelgebied en Engelseweg en omgeving/Autoboulevard Varenschut de hoofdwinkelstructuur vormen. Met daarbij enige buurtsteunpunten en supermarktcentra. En daarbij geldt voor winkelgebieden: winkelgebieden met beperkt toekomstperspectief: geen uitbreidingen, onderzoek naar transformatie naar andere functies, waaronder ook wonen (op termijn); winkelgebieden met toekomstperspectief met (veel) aandachtspunten: geen uitbreidingen en focus op kwaliteitsverbetering. Daarnaast inzetten op verbetering van de knelpunten op te nemen in het adaptief actieplan in samenspraak met ondernemers en eigenaren. In winkelgebieden met goed toekomstperspectief: vasthouden van het aanbod, waar mogelijk stimuleren van clusteren van verspreid/solitair aanbod binnen deze centra en bieden van mogelijkheden voor (beperkte) uitbreidingen.

Voor de supermarkten is de hoofdstrategie: focus op bestaande hoofdstructuur en duurzame instandhouding. En dit betekent: geen nieuwe supermarkten buiten het hoofdwinkelgebied en de acht wijkwinkelcentra, inzet op duurzame instandhouding van bestaande supermarkten in de wijkwinkelcentra met zo nodig optimalisaties/enige uitbreiding als dit geen marktverstoring oplevert en geen megasupermarkten.

Voorts is de strategie beperking van verspreide bewinkeling (winkels buiten de winkelgebieden) en transformatie waar mogelijk. En we onderzoeken daarbij ook hoe we dit ruimtelijk kunnen vastleggen.

### Toetsing initiatieven

Als initiatieven passen in beleid en ook planologisch passend zijn dan volgt de reguliere weg van vergunningverlening. Toetsing van initiatieven die niet passen vindt plaats bij de ambtelijk integraal samengestelde "Omgevingstafel" van de gemeente Helmond. Voor initiatieven die niet in het bestemmingsplan passen maar wellicht toch passend zouden kunnen zijn vraagt de gemeente, afhankelijk van soort en omvang van het initiatief, advies bij de Helmondse lokale detailhandelsadviescommissie (DAC), de Regionale Adviescommissie Detailhandel (RACD) van het stedelijk gebied Eindhoven (SGE) en/of stemt zij die af volgens het afsprakenkader in de Peel.

Bij nieuwe initiatieven wordt gekeken naar de toegevoegde waarde voor de stad en wordt getoetst of de bestaande winkelstructuur niet duurzaam wordt ontwricht. Ook wordt zorgvuldig gekeken of nieuwe vierkante meters winkelloppervlak noodzakelijk zijn voor deze initiatieven. Bij het zoeken naar oplossingen voor detailhandelsvraagstukken, past Helmond de "ladder voor duurzame verstedelijking" toe. De ladder van duurzame verstedelijking voor detailhandel vraagt van gemeenten bij nieuwe winkelontwikkelingen eerst naar herstructurering binnen of aan de rand van bestaande winkelgebieden te kijken, voordat een nieuwe locatie wordt overwogen. Op deze wijze wordt een duurzame winkelstructuur met een beperkt aantal sterke winkellocaties nagestreefd, wordt winkelleegstand tegengegaan en wordt zuinig omgegaan met de schaarse ruimte.

### Handhaving

Ook detailhandel valt onder de integrale handhavingsplanning en strategie. Specifieke thema's detailhandel of winkelgebieden kunnen in jaarlijkse handhavingsprogramma's aandacht krijgen.

### Adaptief actieplan

In een adaptief actieplan zijn in samenspraak met de partners in de stad concrete acties gepland, naast het beleidsplan dat als toetsingskader dient voor initiatieven.



# 1. Inleiding

## Aanleiding

In 2013 is het Detailhandelsbeleid Gemeente Helmond vastgesteld. Hierin zijn in principe voor tien jaar de uitgangspunten voor het beleid vastgelegd. Gezien de snelle veranderingen in de detailhandel, zowel op het gebied van vraag als aanbod, is flexibiliteit als uitgangspunt genomen. De nota op gezette tijden te toetsen op actualiteit en eventueel, waar nodig, aan te passen, was het voornemen. Het beleid zou hiertoe vierjaarlijks geëvalueerd worden. In 2018 is deze evaluatie in gang gezet. Daarbij is bepaald dat de evaluatie en herijking ook moet resulteren in een actieagenda. Acties om de winkel- en voorzieningenstructuur zowel op het niveau van de stad als de verschillende (wijk)winkelcentra te versterken. Een dergelijke actieagenda ontbrak in 2013.

Door de coronapandemie met maatregelen, die ook de retailsector raakte, is de evaluatie – die al ver gevorderd was – medio 2020 stil gelegd. Voorjaar 2022 is deze weer opgepakt toen gevolgen zichtbaarder werden, er een nieuw koopstromenonderzoek beschikbaar was en er minder capaciteit voor corona-/crisisbeleid nodig was. Inmiddels is tien jaar verstreken sinds 2013, de beoogde looptijd van het beleid. De evaluatie, die de basis vormt van deze nota, heeft daarmee het karakter van eindevaluatie gekregen. Voor u ligt dan ook een hernieuwd beleid op basis van de erin verwerkte evaluatie.

Sinds de vaststelling van het detailhandelsbeleid zijn er diverse ontwikkelingen geweest die van invloed konden zijn op het vernieuwen van het beleid waaronder:

- De sociaal-economische en demografische omstandigheden zijn gewijzigd
- De retailmarkt heeft zich vanzelfsprekend doorontwikkeld
- Er is regionaal detailhandelsbeleid opgesteld (MRE 2015, SGE 2015, De Peel 2015)
- De gemeenteraad heeft het Centrumperspectief Helmond 2030 in 2017 en Centrum+ beleid in 2020 vastgesteld
- De gemeente heeft in samenwerking met partners de Visie duurzaam ondernemen opgesteld (2019)
- Provincie Noord-Brabant heeft 11 richtinggevende principes voor de detailhandel geformuleerd (2018)
- Uitbraak coronapandemie met ook gevolgen voor de retail (maart 2020)
- Helmond maakte als onderdeel SGE-regio verstedelijkingsafspraken voor veel extra woningen in 2030-2040 - de schaa sprong (november 2020)
- Provincie Noord-Brabant voerde in 2021 een nieuw koopstromenonderzoek uit (rapportage februari 2022)
- Gemeenteraad Helmond stelde de nieuwe Economische Visie Helmond 2030 – Werk maken van werk vast (februari 2022)
- Nieuw College Helmond stelde het Ambitieakkoord 2022-2026 vast (juni 2022)

Het vernieuwde beleid is gebaseerd op de tussentijdse evaluatie van het huidige beleid (2018-2019) en de genoemde ontwikkelingen en heeft dezelfde looptijd als de Economische Visie: tot 2030.



## Doel- en vraagstelling

Het doel is om binnen de gemeente Helmond te komen tot een evenwichtige en toekomstbestendige winkelstructuur die goed aansluit op het aanbod in de regio. Om dit te bewerkstelligen is er behoefte aan een detailhandelsbeleid dat een afwegingskader vormt voor ruimtelijk fysieke ontwikkelingen die bijdragen aan deze winkelstructuur. Toch vergt het detailhandelsbeleid wel degelijk ook actieve uitvoering. Daarom wordt aan dit beleidsplan ook nog een concrete actieagenda toegevoegd, die gedragen wordt door de belanghebbenden.

Specifiek staan in dit beleid de volgende vragen centraal:

- D. Wat betekenen de gewijzigde marktomstandigheden inclusief de impact van de coronacrisis voor de ambities en doelstellingen van het Detailhandelsbeleid Helmond 2023-2030?
- E. Moet het Detailhandelsbeleid Helmond 2023-2030 aangepast worden aan het regionale, provinciale en lokale beleid?
- F. Welke (wijk)winkelcentra hebben voldoende toekomstperspectief en welke vragen om extra aandacht?





## 2. Trends en ontwikkelingen landelijk en Helmond inclusief impact Coronacrisis

Om te bepalen wat de gewijzigde marktomstandigheden aan aangepast beleid vragen, is het noodzakelijk eerst inzicht te hebben in de belangrijkste (landelijke) markttrends. In dit hoofdstuk sommen we de trends en ontwikkelingen met de meeste impact op, met een onderscheid tussen de aanbod- en de vraagzijde, ook die als gevolg van de coronacrisis (onderzoek Inretail 2021). Tevens kijken we naar trends en ontwikkelingen uit recent onderzoek van de Stecgroep: ontwikkeling winkelstraten in 2015, 2018 en 2021 in 110 binnensteden en middelgrote centra (onder andere Helmond). Stec gebruikt zowel gegevens Locatus als eigen onderzoek (2021) onder landelijke winkelbeleggers naar marktperspectief en transformatie van winkelvastgoed.

### 2.1 Vraagzijde

- **Economie groeit, maar (offline) retailmarkt blijft kwetsbaar:** de economie in Nederland groeit nog steeds na enkele jaren crisis 2009-2013, maar de retailmarkt blijft kwetsbaar. Het consumentenvertrouwen is nog broos en de consument blijft scherpe keuzes maken.
- **Nederlandse detailhandel kent toch nog steeds omzetgroei in 2021, ook offline:** net als voorgaande jaren is ook in 'coronajaar' 2020 in de Nederlandse detailhandel meer omgezet en meer verkocht. Met name supermarkten, bouwmarkten, postorderbedrijven en webwinkels profiteerden. Branches die het al moeilijk hadden - vooral winkels in kleding - hadden dit ook in 2020. Dit is namelijk een branche die al veel te lijden had onder de alsmat groeiende populariteit van online winkelen (Factsheet Detailhandel in Helmond 2021, afd. IVA/Al Gemeente Helmond).
- **Online aankopen blijven groeien:** in de huidige marktomstandigheden wint het internet als verkoopkanaal aan terrein, mede door prijsstelling en gemak/service. Bekende winkels uit de winkelstraten presteren ook steeds beter online. Corona heeft dit proces versneld, zie ook hierna.
- **Van beleving naar betekenis:** consumenten verwachten van retailers inspiratie, erkenning en een betekenisvolle beleving. Consumenten nemen aspecten als duurzaamheid en circulariteit steeds vaker mee als afwegingsfactor bij aankopen. Hierdoor ontstaat ook ander aanbod waarbij er vaak minder tussenhandel plaatsvindt en/of combinaties met horeca en leisure gezocht worden, zoals winkels aan huis, boerderijverkoop en foodtrucks.
- **Verdere toename reisbereidheid:** voor bijzonder aanbod is de consument bereid een grote afstand af te leggen. De mobiliteit neemt nog steeds toe, terwijl voor de dagelijkse boodschappen er nog steeds een grote lokale binding is.
- **Goed geïnformeerde consument:** de consument oriënteert zich steeds meer vooraf via internet op de aankoop. Daardoor is hij goed geïnformeerd en gaat doelgericht op pad. Dat vraagt ook een goede afstemming tussen online en offline. Consumenten vergelijken prijzen, lezen reviews en productbeoordelingen, zoeken alternatieven, willen de beste deal en lever- of afhaalcondities en checken eventuele retourgevolgen voordat ze iets kopen.
- **Vraag naar food diverser:** er ontstaan steeds meer eetmomenten op een dag. Traditionele patronen veranderen mede als gevolg van de sterkere verwevenheid van werk en privé. Bovendien is de consument op zoek naar gemak. Supermarkten spelen hierop in door combinatie met horeca en 'ready to eat' producten.

- **Corona-trends vraag landelijk op basis van onderzoek Inretail 2021**  
Het winkelgedrag verandert:

*"We gaan niet terug naar het oude normaal"*

*Gemeente in Nederland: 'Er komt een versnelling in transformatie: van place to buy naar place to meet'*

*Inretail: Retail Post-Corona – Impactanalyse 2021, jan/febr 2021*

#### Duidelijk onderscheid in run- en funshoppen:

Consumenten gaan meer functioneel winkelen. Dit beeld is nu al te zien, maar dit blijven consumenten ook na corona doen. Zij komen gericht naar de winkel en kopen meer in één keer. Het aantal shopmomenten zal afnemen. Het functioneel winkelen zal voornamelijk lokaal of online plaatsvinden. Deze ontwikkeling wordt versterkt doordat men meer gaat thuiswerken. Wanneer gaan mensen dan naar de steden? Dat is vooral om te funshoppen (Inretail, jan-febr 2021).

#### De shift naar online is definitief gemaakt

Over het geheel genomen gaan consumenten minder vaak winkelen. Dit geldt voor zowel het online als fysieke kanaal. Niettemin is de shift naar online nu definitief gemaakt. Consumenten hebben het gemak van online kopen ervaren en zullen dit kanaal blijvend weten vinden. Ook weten ze online steeds beter te gebruiken voor de inspiratie- en oriëntatiefase. Merken en retailers (zowel groot als klein) zijn online veel actiever geworden, onder meer op social media. Online wordt steeds meer een experience met bijvoorbeeld toepassingen als augmented reality. Tijdens de pandemie hebben retailers een enorme online omzetgroei ervaren. Een deel van deze groei blijft. Bij de impactanalyse van mei/juni 2020 gaven retailers aan te verwachten dat de helft van deze online groei na corona zou terugzakken. Nu verwachten retailers (GWB) dat nog slechts een kwart van de online toename zal afnemen (Inretail, jan-febr 2021).

#### Ook na Corona behoefte aan een schone en ruime omgeving

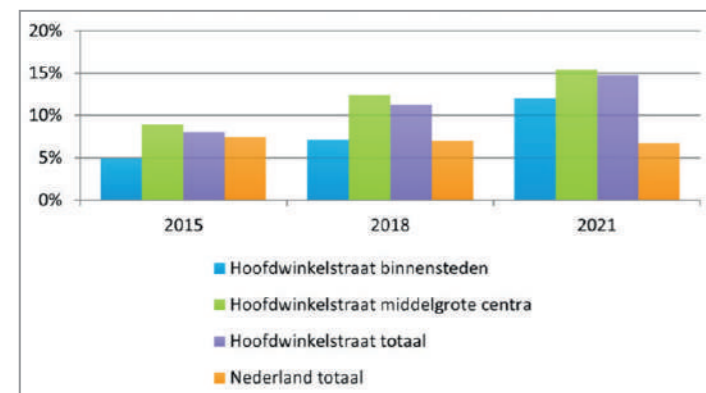
Consumenten die naar de fysieke winkel gaan, krijgen andere behoeften dan voor corona. Zo vindt men het vooral belangrijker dan voorheen dat de winkel schoon en hygiënisch is. Ook heeft men behoefte aan een ruime winkelomgeving. De vraag is hoe lang deze behoefte zal blijven, maar in de eerste periode na de pandemie zal dit zeker meer het geval zijn. Daarnaast gaat men bewuster kopen. Deels door te letten op de duurzaamheid van producten, maar vooral door te kopen wat men echt nodig heeft. Daarnaast vindt één op de vijf consumenten het belangrijker om kwalitatief goede producten te kopen. Hierbij zijn het vooral vrouwen en ouderen die meer waarde hechten aan deze elementen (Inretail, jan-febr 2021).



## 2.2 Aanbodzijde

- **Blurring en fusion:** de grenzen van retail worden in meerdere opzichten opgerekt. Er ontstaan enerzijds steeds meer mengvormen van retail, waarbij ook horeca en andere diensten worden aangeboden. Anderzijds verschijnt retail op steeds meer en andere locaties. Door technieken zelfs tot in het dagelijks leven van mensen (apps, internet of things, 'koopknoppen').
- **Supermarkten richten zich op beleving:** supermarkten hebben steeds meer aandacht voor vers, streekproducten, gezonde voeding en gemakproducten. Foodmarkten en combinaties met horeca zorgen voor een groot aanbod aan maaltijden en snacks voor directe consumptie. Gemakswinkels, zoals de mandjessupermarkten in binnensteden, spelen hier ook sterk op in. Ook in de wijken gaan supermarkten door andere concepten een andere rol vervullen.
- **Schaalvergroting:** over het algemeen heeft er een duidelijke schaalvergroting van winkels plaatsgevonden. De consument verwacht keuzemogelijkheden en een breed assortiment (op voorraad). Dit geldt ook voor supermarkten. Er is wel een verschil tussen grote binnensteden en middelgrote centra voor wat betreft hoofdwinkelstraten:
- **Vraag naar vastgoed aanbod hoofdwinkelstraten verschuift naar kleinere winkelpanden in middelgrote centra.** Het vastgoed in de hoofdwinkelstraten van de 110 grootste gemeenten in Nederland sluit onvoldoende aan op de vraag van ondernemers/ketens. Stec heeft deze straten afgebakend op basis van het aandeel winkelketens (gemiddeld 60%), passantendikte en ruimtelijke situering. (Stec groep, jan 2022)
- **Naast een krimp van winkels verschuift de vraag naar kleinere panden.** Winkels dienen steeds meer als plek voor service en zichtbaarheid. Een klein deel van de collectie is nog in de fysieke winkel aanwezig en de totaalcollectie staat online. Dit geldt in het bijzonder voor middelgrote centra. Hier ontstaat met name overcapaciteit van panden groter dan 250 m<sup>2</sup>. In (grote) binnensteden sluit het vastgoed beter aan op de vraag en is soms juist sprake van schaalvergroting. Binnensteden zijn in trek voor flagshipstores met grotere collecties en ruimere inrichting. Formules willen een optimale beleving aanbieden op locaties die overeind blijven. (Stec groep, jan 2022)
- **Winkelketens voeren een steeds selectiever locatiebeleid.** De leegstand in de hoofdwinkelstraten neemt toe door faillissementen en veranderend locatiebeleid van winkelketens. (Stec groep, jan 2022)

Figuur 1: Leegstandspercentage (in panden)



Bron: Locatus, december 2021, zoals vermeld door Stec groep, jan 2022

Vier op de tien ketens heeft sinds 2015 minder fysieke winkels. In de binnensteden schalen veel ketens terug naar één en soms twee vestigingen. In middelgrote centra kiezen winkelketens - afhankelijk van het concept - enkel voor vestigingen in centra met voldoende bereik, passende doelgroepen en beperkte concurrentie van andere centra. Een selecte groep van veertig middelgrote centra is nog in beeld bij de meeste winkelketens, aldus vermeld bij STEC. Helmond staat op plek 42, dus wel nog dichtbij de 40, leert navraag bij STEC (voorjaar 2022). De overige groep middelgrote centra blijft vooral relevant voor winkelketens met frequente producten (zoals voedsel, huishouden en verzorging). (Stec Groep, jan 2022).

### • Minimale verplaatsingen van elders in de stad naar hoofdwinkelstraat

Om leegstand tegen te gaan zetten veel steden in op verplaatsing van voorzieningen van de randen en aanloopstraten naar het kernwinkelgebied. Voor de hoofdwinkelstraat biedt dit tot op heden weinig uitkomst: de huurprijzen zijn te hoog, de panden zijn te groot en de omgevingskwaliteit elders in het centrum is vaak beter. Bovendien sluiten bestemmingsplannen in hoofdwinkelstraten soms bepaalde voorzieningen, zoals horeca, uit. Sinds 2015 zijn er gemiddeld per binnenstad en middelgroot centrum vier verplaatsingen naar de hoofdwinkelstraat gerealiseerd door bedrijven van elders in het centrum. Op een gemiddelde omvang van 50 tot 200 commerciële panden per hoofdwinkelstraat is dit minimaal. In Nijmegen, Arnhem, Oss, Tilburg en Deventer zijn de meeste verplaatsingen gerealiseerd naar de hoofdwinkelstraat (Stec groep, jan 2022).

- **Nieuwe vormen van distributie:** zowel voor de bevoorrading van winkels zelf als de bezorging aan de consument komen nieuwe vormen van distributie op. De consument wenst steeds vaker thuisbezorging, van zowel mode, elektronica als boodschappen. In de bevoorrading van winkels is stadsdistributie 'hot'. Vanuit de logistieke sector worden concepten bedacht om de 'last mile' te optimaliseren.
- **Online en offline gaan steeds meer samen:** door het combineren en naadloos integreren van alle beschikbare kanalen wordt de service aan de klant verbeterd, waarbij technologie ondersteunend is. De klant staat altijd centraal: augmented reality kan de klant helpen bij het keuzeproces en nieuwe betalingssystemen zorgen voor meer gemak en snelheid. Online bij segment dagelijks (supermarkten met name) neemt ook toe: versterking online-service bij ketens met fysieke winkels en ook toename van aandeel zuivere online supermarkten.
- **Diverse problemen in de "buitenstad" (perifere detailhandelslocaties) in Nederland:** Te veel meters (leegstand), te veel hetzelfde, te versnipperd aanbod. Onder buitenstad wordt verstaan 190 woonboulevards, decentrale detailhandelsclusters en retailparken en 20 outletcentra, retail op stations en campussen. (Inretail, Onderzoek Vitale buitenstad, juni 2020). 15 miljoen m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlak (wvo) ofwel 50 % van het retailaanbod landelijk gezien ligt in deze perifeer gelegen gebieden.





- **Corona-impact aanbod: landelijke post-corona trends**

(Inretail, jan-febr 2021; Stec groep, jan 2022; Omgevingsweb Berghauser-Point, jan 2022)

*We zijn onderweg naar een ander normaal, want corona laat de volgende vraag trends zien (Inretail, jan-febr 2021):*

- 1 *We gaan meer thuiswerken als dat werktechnisch kan;*
- 2 *We gaan minder vaak aankopen doen dan voor corona;*
- 3 *We blijven online meer gebruiken dan voor corona;*
- 4 *We gaan minder vaak naar steden toe om te winkelen en te werken.*

Verwachtingen voor het aanbod gebaseerd op deze 4 corona vraag trends:

### **Winkelsluitingen:**

#### **Non-food retail: 10-30% verdwijnt:**

Dit aandeel ligt in de branches mode, sport en schoenen fors hoger (circa 20-40%). In januari - februari 2021 werd opgemerkt: "het percentage winkels dat daadwerkelijk zal verdwijnen, is sterk afhankelijk van het moment dat de winkels weer open mogen en hoe de steunpakketten zich verder ontwikkelen" (Inretail, jan-febr 2021).

Op basis van deze scenario's (anno 2021) leidt de coronacrisis potentieel tot 275.000 tot 550.000 m<sup>2</sup> extra leegstand waarvoor nieuwe invulling gezocht moet worden. Echter: de precieze impact is onzeker. Met name door overheidssteun vanwege corona zijn negatieve effecten nog beperkt zichtbaar. Ongezonde bedrijven worden bijvoorbeeld kunstmatig in leven gehouden (Stec groep, jan 2022). En voorts: er moet dan ook flink geïnvesteerd worden om hoofdwinkelstraten levendig te houden. Denk aan substantiële vergroening, nieuwe voorzieningen en herontwikkeling van verdiepingen en grote panden."

#### **Minder winkels per retailer in de stad:**

Niet iedere retailer zal zijn winkels sluiten vanwege faillissement. Een groep retailers sluit vrijwillig de winkel vanwege een onzekere toekomst. Andere retailers (voornamelijk Groot Winkel Bedrijf (GWB)) heroverwegen mede door de online groei hun winkelportfolio. Nagenoeg elk grootwinkelbedrijf met meerdere winkels in de grote steden geeft aan dit aandeel terug te gaan dringen. Dit betekent dat ook hierdoor het aantal winkels zal afnemen. Dit is als trend al gestart vóór corona omdat online al daarvoor groeide maar door corona in stroomversnelling: winkelketens voeren selectiever locatiebeleid; Helmond heeft vergeleken met 2015 30 % minder ketens (Stec groep, jan 2022). Verwacht wordt dat deze winkelsluitingen niet volledig ingevuld zullen worden door retail. Dit zorgt ervoor dat winkelpanden getransformeerd zullen worden naar wonen, kantoren en recreatie. Dit draagt bij aan de leefbaarheid van de stad (Inretail jan-febr 2021).

#### **Horeca: 20-30% verdwijnt**

Door de lange sluiting van de horeca wordt deze sector harder getroffen dan de retail. Vastgoed verwacht dat 20-30% van de horecazaken verdwijnt. Gemeenten zijn iets positiever. Zij verwachten dat tot ongeveer 20% van de horeca verdwijnt. Verwacht wordt dat horeca zich sneller zal herstellen. Dit doordat het opstarten van een horecagelegenheid over het algemeen sneller gaat dan het opstarten van een winkel (Inretail jan-febr 2021).

De redenen hiervoor zijn:

1. Horeca-exploitanten nemen vaak de keukeninrichting en andere onderdelen van een inrichting over, dus starten kan daardoor relatief snel. En het aanschaffen/leveren van horeca-voorraad kost meestal ook minder tijd dan bij winkels.
2. Bij de start van een winkel kost vooral voorraad opbouwen (inkoop en financiering) meer tijd dan bij horeca. Bijvoorbeeld bij mode moet al een seizoen eerder worden besteld. Ook kan doorgaans de inrichting van een winkel niet worden overgenomen, wat dus voor startende winkels ook meer inrichtingstijd/voorbereiding betekent, de doorlooptijd is langer.

### **Effect winkelgebieden: steden gaan inkrimpen:**

#### **Grote steden hebben veerkracht, maar komen niet op het oude niveau**

Aan het begin van de pandemie werd gezegd: de binnensteden zijn de grootste verliezers. Daar komen de stakeholders op terug. Grote steden zullen weliswaar niet meer op het oude trafficniveau terugkeren, maar zij zijn zeker niet de grote verliezers. Zij hebben met hun aantrekkingskracht en gevarieerd aanbod voldoende veerkracht om weer op te bloeien (Inretail jan-febr 2021). Dit, ondanks dat regionale bezoekers en toeristen wegbleven sinds de corona-uitbraak (Stec groep, jan 2022). De compactheid zal vooral komen doordat het winkels afneemt, maar ook doordat het aantal verdiepingen waarop we winkelen zal verminderen (Inretail, jan-febr 2021).

#### **Middelgrote steden krijgen het moeilijker**

De middelgrote steden zullen het echter zwaarder krijgen. Consumenten gaan minder vaak naar steden toe en als zij naar steden gaan dan is dit voor vermaak en het opdoen van ervaringen. Een stad dient echt onderscheidend te zijn om consumenten aan te trekken. Ook de middelgrote steden zullen compacter worden. Dit komt deels door vrijwillige winkelsluitingen, faillissementen en door de filiaalbedrijven die het aantal winkels zullen doen afnemen. Het aanbod zal beperkter worden en daarmee ook de aantrekkingskracht van een gebied. Om te voorkomen dat de aantrekkelijkheid onder een minimumniveau zakt, is het voor deze winkelgebieden van belang om een bepaalde dichtheid van branches te behouden. Dit om een voldoende gevarieerd aanbod te kunnen bieden (Inretail jan-febr 2021).

Middelgrote centra kampten al langer met oplopende leegstand door structurele trends zoals online winkelen.

De leegstand daalt juist elders in de centra zoals in de dwalmilieus, aanloopstraten en horecagebieden. Hier is één op de tien panden omgezet naar wonen (Stec groep, jan 2022).

#### **Snelle opkomst supersnelle bezorgservice (flitsbezorging) en 'darkstores'**

Darkstores zijn voor het publiek ontoegankelijke, veelal geautomatiseerde, mini-magazijnen vol levensmiddelen.

Dark stores dienen in feite als een last mile bezorghub (nieuwe vorm van distributie) voor de zogeheten 'flitsbezorging', om de consument razendsnel thuis te kunnen bedienen. Mede vanwege de corona- pandemie heeft flitsbezorging de laatste tijd een enorme vlucht genomen. Dit leidt tot vragen over locatie van dergelijke distributiepunten: wel of niet in (kern)winkelgebieden en/of verbannen naar bedrijfsterrainen? Darkstores, gesloten fronten zonder uitstraling, dragen immers niet bij aan de aantrekkelijkheid van winkelgebieden. En ze kunnen wel overlast geven (activiteiten van 's ochtends vroeg tot middernacht). Vestiging op bedrijventerreinen heeft ook haken en ogen (Omgevingsweb Berghauser Pont, jan 2022).

Diverse grote steden (Amsterdam, Den Haag) hebben hier inmiddels regels/beleid voor. Den Haag heeft middels bestemmingsplanwijziging vestiging darkstores/flitsbezorg magazijnen verboden in de Haagse hoofdwinkelstructuur. Om zo de winkelgebieden te behouden als plek voor detailhandel en horeca, met aantrekkelijke étalages die uitnodigen om naar binnen te gaan. De magazijnen van flitsbezorgers, de vervoersmiddelen en -bewegingen passen niet in het straatbeeld dat de gemeente wil uitstralen. (Omgevingsweb.nl, 8 juni 2022)

#### Wijkcentra zijn de winnaars

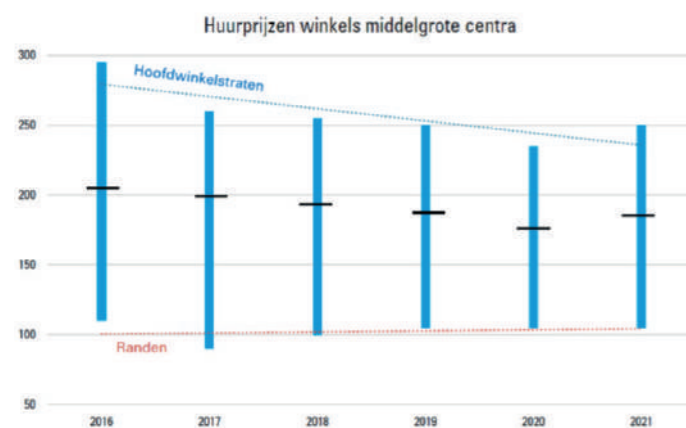
Wijkcentra komen nagenoeg goed uit de strijd. Wijkcentra hebben vooral een functioneel karakter met veel essentiële winkels en zijn daarnaast goed bereikbaar. Doordat functioneel winkelen toeneemt, zullen wijkwinkelcentra het meest profiteren van het veranderende consumentengedrag (Inretail, jan-febr 2021).

Op langere termijn zal moeten blijken of dit zo blijft want ook dagelijks en functioneel krijgt steeds meer te maken met afvloeiing Online. Te verwachten is dat met name de speciaalzaken – die het al moeilijk hadden door opkomst supermarkten met ook steeds meer vers – het niet halen. Met meer leegstand tot gevolg.

#### Corona zorgt voor structureel huureffect:

Retailers geven duidelijk aan dat structurele huurverlaging nodig is. Dit geldt vooral voor de niet-essentiële winkels. Ook is er een duidelijk verschil tussen de winkelgebieden te zien. In de steden en high traffic locaties is een structurele verlaging van 25-40% nodig. In wijkcentra waar voornamelijk essentiële winkels gevestigd zijn is geen tot een lage huurverlaging nodig. Vastgoed ziet ten opzichte van de vorige impactanalyse ook in dat meer huurverlaging noodzakelijk is. Vastgoed verwacht dat de huurprijzen structureel verlaagd worden. De huurverlaging zal variëren van 20-30%, waarbij de hoogte sterk afhankelijk is van de locatie (Inretail, jan-febr 2021). Uit cijfers van de Stec groep blijkt dat huurverlaging in middelgrote centra al is ingezet en sterker is dan in binnensteden van grote gemeenten:

Figuur 2: Huurprijzen winkels middelgrote centra Nederland



Bron: Stec groep: Toekomst van de hoofdwinkelstraat: van monocultuur naar de menselijke maat (jan 2022)

#### • Koopkrachtcrisis door gestegen energieprijzen en klimaatcrisis

In 2022 is er een koopkrachtcrisis ontstaan door de oorlog in Oekraïne en als gevolg daarvan gestegen energieprijzen, met name, en daardoor ook gestegen prijzen voor producten. Met gevolgen voor winkelier én consument.

De noodzaak tot verduurzaming van panden wordt hierdoor nog actueler. Dit vraagt om versneld nemen van duurzaamheidsmaatregelen voor minder energieverbruik in de winter (vooral stoken) en zomer (airco) door winkelier en eigenaar. Op zich moest dit natuurlijk toch al vanwege de klimaatcrisis. Hogere energieprijzen hebben een nog grotere impact op sub-branches die veel energie gebruiken voor het productieproces zoals bakkers.

Ook duurzame producten en duurzame handel zijn aandachtspunten voor ondernemers en hier zijn ook toeleverende ketens aan zet. De rijksoverheid onderzoekt compensatie voor de koopkrachtcrisis.

#### • Arbeidsmarkt en personeelstekort retail

Het personeelstekort is erg opgelopen in 2022. Onder meer omdat de vraag weer is toegenomen omdat de consument geld dat hij spaarde in de corona-jaren 2020-2021 begint uit te geven.

Daarnaast is een deel van de retailersector ook aan het vergrijzen en zal ingespeeld moeten worden op de online ontwikkelingen. Van winkelier naar ondernemer: wat vergt dat?



## 3. Feiten en cijfers landelijk en Helmond

### 3.1 Algemeen, landelijk en regionaal

#### Algemene resultaten Koopstromenonderzoek Randstad en Noord-Brabant 2021

In kwartaal 3 (september-oktober) 2021 is dit Koopstromenonderzoek gehouden, nu ook in onze provincie, met als titel:

Winkelen in veranderende tijden – Ruimtelijk koopgedrag in de Randstad en Noord-Brabant 2021. Aangenomen werd dat er toen weer een redelijk gewoon koopgedrag was. De winkels en horeca waren open. Pas eind 2021 (november-december, durend tot eind januari) was er vanwege opgelopen besmettingen nog een lockdown, de laatste tot nog toe.

In de Randstad (Noord- en Zuid Holland en Utrecht) vond dat al eerder plaats, met dezelfde methode (Enquêtes, de “Yesterday”- methode, zie voor uitleg methode bijlage 7). Waardoor vergelijking in de tijd bij deze 3 provincies ook mogelijk is.

Voor resultaten Helmond: zie paragraaf 3.3.

Dit zijn de algemene resultaten – waar corona nog een extra zetje aan heeft gegeven:

#### Ontwikkeling koopgedrag:

1. Groei online bestedingen: de opmars zet door.
2. Minder recreatief winkelen: ook al voor corona (afnemende passantenaantallen; maar minder snel dalende bestedingen in de Randstad, dus men besteedt meer per aankoop).
3. Meer functioneel winkelbezoek (dagelijkse boodschappen en doelgericht: tuincentra, bouwmarkten, woonwinkels) maar minder snelle stijging dan online. Deels door stijging conjunctuur, deels door corona.
4. Minder winkels en meer horeca, diensten, cultuur(ontspanning) en (transformatie naar) wonen. Aantal winkels nam in de Randstad afgelopen 5 jaar (2016-2021) met 9 % af, vertraagd door corona (door toedoen steunmaatregelen), en winkelverkoopvloeroppervlak met 1 %. Deels gecompenseerd door horeca (+7 %) en wonen. Belang horeca voor binnensteden neemt toe.
5. Koop lokaal lang niet overal zichtbaar (was onderzoeksvraag ingegeven door corona).
6. De winnaars van 2018 zijn de verliezers van 2021: de grootste binnensteden verliezen terrein. Dit werd vooral veroorzaakt door corona: wegblijven buitenlandse toeristen en kantoorpersoneel.

#### Trends zoals blijken uit het onderzoek:

1. Meer bestedingen, zowel online als in de winkel (behalve in de recreatieve sector, waar minder aan de toonbank werd besteed).
2. Maar groei online is in alle artikelgroepen groter, soms fors groter.
3. Grootste groeiers online: dagelijks (bijna verdubbeling), elektronica en wonen.
4. Dichter bij huis, meer bestedingen op solitaire locaties, vaker de fiets/ lopend. Auto wordt nog meer dan voor corona geprefereerd boven OV.

#### Effect op winkelgebieden:

1. Grootste binnensteden leveren in.
2. Grootchalige locaties deden het goed (o.a. wonen, tuincentra, bouwmarkten).
3. Verschillen tussen ondersteunende (wijk) centra groot (Voorbeeld van onder-steunend wijkcentrum is Winkelcentrum Woensel in Eindhoven).
4. Nog steeds minder mensen in winkelgebieden dan voor corona, geven wel meer uit.
5. Recreatief winkelaanbod wordt meer functioneel bezocht.
6. Minder buitenlandse toeristen in de steden, hebben vooral de grootste steden (Amsterdam voorop) last van.
7. Nieuwe of vernieuwde winkelgebieden wisten wel meer mensen aan te trekken: vernieuwing en functionaliteit lonen (voorbeeld: Mall of the Netherlands, Leidschendam).

#### De belangrijkste opgaven zijn volgens het KSO 2021:

1. Nieuwe functiemix met compact winkelhart.
2. Profiel bepalen: efficiënt winkelen versus beleven en verblijven.
3. Investeren in centrumgebieden, saneren plancapaciteit daarbuiten.

#### Slotbeschouwingen van KSO 2021:

1. Grote mate van onzekerheid: toekomstige impact virus ongewis.
2. Minder behoefte aan fysieke winkels, in de recreatieve sector voorop.
3. Een centrumgebied is niet alleen winkelgebied: transformatieopgaven spelen vooral bij centrale (hoofd) winkelgebieden met vaak groot aandeel recreatief aanbod.
4. Ook de middelgrote winkelgebieden en boodschappencentra zijn in transitie.
5. De grootchalige locaties blijven het domein van de doelgerichte branches.
6. Nu gebleken is dat de toekomst onzeker is, verdient het volgens KSO 2021 overweging om voor de sector als geheel aan scenarioplanning te doen: wat betekent het voor winkels en horeca als hoogconjunctuur blijft, zoals voor corona, en wat als 't laagconjunctuur wordt?



### 3.2 Vraag- en aanbod detailhandel Helmond 2021 - in perspectief

Dit inzicht biedt de jaarlijkse Factsheet Detailhandel (FSD) Helmond (sinds 2020), een onderzoek door Seinpost naar de supermarkten in Helmond (2020), het Koopstromenonderzoek Noord-Brabant 2021 (KSO 2021) en de Bevolkingsprognose provincie Noord-Brabant (2020) aangevuld met de MIRT-verstedelijkingsafspraken Helmond.

#### Vraagzijde:

- Consumptiegedrag verandert mogelijk door bevolkingsgroei, vergrijzing, migratie en meer één- en tweepersoonshuishoudens**  
 De bevolkingsopbouw van een stad bepaalt voor een deel de staat van de detailhandel in die stad. Voor de komende jaren verwachten we dat Helmond nog steeds zal groeien in aantal inwoners. Deels veroorzaakt door (buitenlandse-) migratie. Daarnaast zal er sprake zijn van meer één- en tweepersoonshuishoudens. Daarbij zien we wel dat ook de vergrijzing steeds verder doorzet. Deze groep heeft over het algemeen een andere consumptiebehoefte dan bijvoorbeeld jongeren of gezinnen met kinderen. Ook de detailhandel zal zelf op deze ontwikkelingen moeten inspelen. De laatste prognose van de provincie Noord-Brabant (2020) laat een groei zien in Helmond naar ruim 99.000 inwoners in 2030 en naar bijna 105.000 in 2040 (Tabel 1).
- Schaalsprong: extra bevolkingsgroei door MIRT-verstedelijkingsafspraken Helmond (2020)** Deze zijn gemaakt binnen de regio Stedelijk Gebied Eindhoven (SGE). Deze afspraken bevatten de ambitie om 10.000 extra woningen te bouwen in en om centrumgebied Helmond tot 2040. Dit levert in 2040 een geschatte bevolkingsgroei tot ruim 115.000 inwoners in de gehele stad op. (Figuur 3). Wat betekent dat voor de voorzieningen?

Tabel 1: Prognose ontwikkeling inwoners en huishoudens naar gemeente in Stedelijk gebied Eindhoven (SGE) 2020 (zónder schaa sprong)

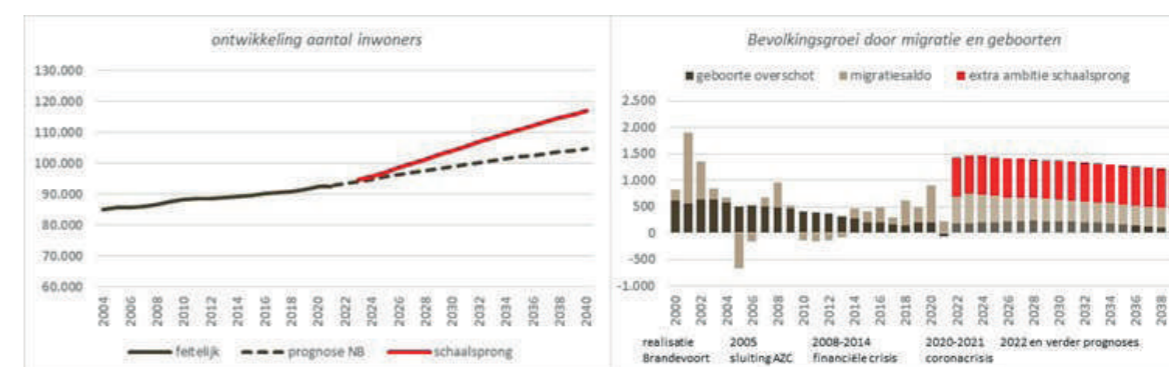
	Inwoners en huishoudens											
	2020	2020	2023	2023	2025	2025	2030	2030	2035	2035	2040	2040
	AB	HH	AB	HH	AB	HH	AB	HH	AB	HH	AB	HH
Best	29.985	12.775	30.555	13.215	31.035	13.570	32.080	14.135	32.995	14.505	33.695	14.765
Eindhoven	234.460	121.715	242.335	127.185	249.240	131.325	264.625	140.120	279.050	147.605	292.790	154.540
Geldrop-Mierlo	39.730	17.680	40.125	17.930	40.465	18.155	41.115	18.640	41.560	18.925	41.790	19.095
<b>Helmond</b>	<b>92.430</b>	<b>41.170</b>	<b>94.185</b>	<b>42.640</b>	<b>95.660</b>	<b>43.770</b>	<b>99.045</b>	<b>46.330</b>	<b>102.075</b>	<b>48.175</b>	<b>104.615</b>	<b>49.670</b>
Nuenen ca.	23.380	10.175	23.620	10.215	23.810	10.450	24.150	10.655	24.375	10.665	24.460	10.735
Oirschot	18.725	7.665	18.820	7.815	18.920	7.930	19.020	8.100	18.970	8.195	18.760	8.170
Son & Breugel	17.320	7.240	17.450	7.360	17.570	7.480	17.775	7.600	17.935	7.815	17.950	7.725
Veldhoven	45.460	20.020	45.995	20.365	46.440	20.665	47.275	21.255	47.780	21.665	48.030	21.760
Waalre	17.455	7.635	17.620	7.790	17.775	7.815	18.080	8.050	18.295	8.200	18.460	8.285
<b>Totaal</b>	<b>518.945</b>	<b>246.075</b>	<b>530.705</b>	<b>254.515</b>	<b>540.915</b>	<b>261.160</b>	<b>563.165</b>	<b>274.885</b>	<b>583.035</b>	<b>285.750</b>	<b>600.550</b>	<b>294.745</b>

AB = absoluut aantal inwoners

HH = aantal huishoudens

Bron: Bevolkings- en woningbehoefteprognose Noord-Brabant, actualisering 2020 (sept. 2020), samenstelling Gemeente Helmond, afd. IVA (2022)

Figuur 3: Extra groei bevolking Helmond door MIRT-verstedelijkingsafspraken 2020 (schaalsprong) en groei bevolking als gevolg van migratie en geboorten (2000-2038)



#### Verwachting benodigd voorzieningenniveau 2040 op basis van schaa sprong: meer winkels?

Ecorys berekende als onderdeel van analyse Economische Visie Helmond 2030 wat de behoefte aan winkels en andere voorzieningen als gevolg van de schaa sprong zou zijn.

Helmond heeft nu meer dagelijkse voorzieningen dan op grond van het inwonertal verwacht mag worden (= "overbewinkeling"). Dat beeld komt globaal overeen met wat Seinpost eerder ook al specifiek berekende voor wat betreft supermarktbehoefte, zie hierna. De analyses voor de regionale detailhandelsvisie Stedelijk Gebied Eindhoven (resultaten voorjaar 2023) kunnen een specifiek beeld opleveren over behoefteprognoses detailhandel, waaronder dagelijks.



**Aanbodzijde:**

• **Helmond heeft medio 2021 455 verkooppunten detailhandel**

Ruim één derde van de verkooppunten detailhandel is te vinden in het centrum, twee op de vijf in de winkelcentra buiten het centrum en een vijfde betreft verspreid gelegen winkels (buiten de winkelgebieden). Naast de 455 verkooppunten detailhandel telt Helmond 476 verkooppunten voor niet-detailhandel. Het gaat dan bijvoorbeeld om horeca, kapsalons, reisbureaus, schoonheidssalons etc. 102 Verkooppunten staan leeg. Dit zijn verkooppunten waarin zowel detailhandel als niet-detailhandel in zat of kan komen (zie figuur 4).

Figuur 4: Verkooppunten: aantal, grootte, leegstand en ligging in winkelgebieden Helmond



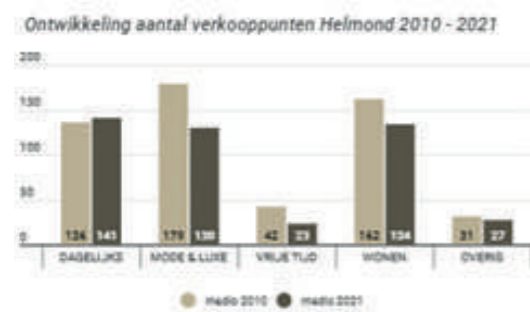
Bron: Gemeente Helmond, Factsheet Detailhandel Helmond 2021

• **Helmond heeft minder winkels dan tien jaar geleden, maar gemiddeld wel grotere winkels**

Het Helmondse winkelaanbod is in ruim tien jaar tijd jaar met 17% gekrompen. Het totaal aantal winkelmeters is 2% kleiner. Het aantal winkels loopt dus harder terug dan het aantal winkelmeters. De winkels die er nog zijn, zijn in vergelijking met ruim tien jaar terug gemiddeld genomen groter. Er is sprake van schaalvergroting. In het centrum zijn 26% minder winkels dan ruim tien jaar geleden. Medio 2021 maakt 37% van de Helmondse detailhandel deel uit van een (inter)nationale keten.

• **Er zijn steeds minder winkels in mode en luxe, vrije tijd en wonen**

Figuur 5: Ontwikkeling aantal verkooppunten Helmond 2010-2021



Bron: Gemeente Helmond, Factsheet Detailhandel Helmond 2021

De detailhandel in Helmond bestaat voor bijna een derde uit winkels die gericht zijn op de dagelijkse behoeften. Het gaat dan om supermarkten, groenteboeren, slaggers, drogisterijen etc. Een net iets kleiner aandeel van het winkelaanbod richt zich op mode en luxe (voornamelijk kleding- en schoenenwinkels). Ook de bouwmarkten en tuincentra zijn goed voor bijna een derde van het aanbod. Winkels in de branche vrije tijd (vooral winkels met hobby-artikelen) hebben het kleinste aanbod in Helmond. In het centrum vinden we vooral winkels rondom mode en luxe. In de winkelgebieden buiten het centrum is in de meeste gevallen het aandeel dagelijks het grootst. In ruim tien jaar tijd is het aantal winkels met 17% afgenomen. In absolute zin zijn vooral winkels in de branches Mode & luxe, Vrije tijd en Wonen uit het straatbeeld verdwenen. Procentueel is de sector Vrije tijd het sterkst gekrompen in Helmond. Er zijn iets meer winkels in het dagelijks segment. Zie ook Bijlage Aanbod detailhandel Helmond 2021 en Bijlage Ontwikkeling en spreiding over de winkelgebieden.

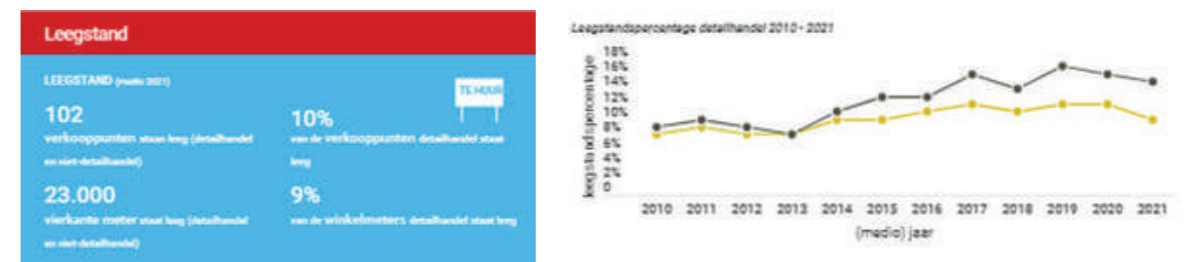
• **Het Helmondse aanbod detailhandel is in vergelijking met andere steden kleiner**

In vergelijking met andere Nederlandse steden (met een aan Helmond vergelijkbaar inwonersaantal) heeft Helmond relatief gezien minder aanbod. Dat wil zeggen de groep gemeenten van 50.000-100.000 inwoners. Het koopstromenonderzoek (KSO 2021) gebruikt als benchmark/referentiegemeenten de groep 'sterk stedelijk' die gebaseerd is op adressendichtheid. Dit geldt vooral voor de branche Mode & Luxe. Het aanbod in de categorie Wonen is groter in vergelijking met andere steden. In het algemeen geldt: hoe groter de dichtheid van een branche hoe groter de bovenlokale trekkracht (Koopstromenonderzoek, 2021). Zie Bijlage Aanbod detailhandel Helmond 2021.

• **De leegstand is ten opzichte van 2020 gedaald maar nog steeds hoger dan in 2013**

Hoewel er ten opzichte van ruim tien jaar geleden nog steeds een groter aandeel panden leegstaat, is de leegstand ten opzichte van 2020 gedaald (tot 102 verkooppunten, detailhandel en niet-detailhandel). Dit geldt zowel voor het centrum als voor Helmond totaal. De leegstand is zelfs lager dan voor de coronacrisis. Transformatie speelt hierin een belangrijke rol. Steeds vaker worden leegstaande panden omgebouwd naar kantoor- of woonruimte. Daling van de leegstand is landelijk en in de regio ook de trend. In andere vergelijkbare gemeenten wordt ook transformatie toegepast als onderdeel van leegstandsbestrijding. Want toename leegstand van winkel- en kantoorpanden is geen uniek Helmondse ontwikkeling. Ruim de helft van de leegstand is te vinden in het centrum. Dit, terwijl zich in het centrum één derde van het aantal verkooppunten bevindt: er staat dus een hoger percentage leeg. Zie figuur 6 en Bijlage Leegstand Helmond. De zwarte lijn is leegstand centrum en de gele is leegstand Helmond totaal.

Figuur 6: Leegstand Helmond 2021 en ontwikkeling 2010-2021



Bron: Gemeente Helmond, Factsheet Detailhandel Helmond 2021



• **Toename van werkgelegenheid in Helmondse detailhandel vooral online**

Het aantal mensen dat werkzaam is in de fysieke detailhandel in Helmond verandert de laatste jaren nauwelijks. De werkgelegenheid die via het internet verloopt heeft de laatste tien jaar juist een hoge vlucht genomen. Zowel het aantal Helmondse vestigingen als het aantal werkzame personen in deze online sector zijn de laatste tien jaar verdrievoudigd, zie Tabel 2.

Tabel 2: Werkgelegenheid in Helmond in detailhandel via postorder en internet

	2010	2015	2020
aantal vestigingen	118	187	347
aantal bezette banen	161	244	499

Bron: Gemeente Helmond, Factsheet Detailhandel Helmond 2021

Ontwikkelingen op de arbeidsmarkt zijn ook voor de retailsector van belang. Zo speelt het actuele personeelstekort in 2022 ondernemers parten. Daarnaast is vergrijzing een factor ook voor deze sector. Is er opvolging? In Zuid-Oost Brabant als geheel en in de regio Helmond-Peel stond eind 2021 van alle 16 sectoren de retail op de 4e plek als het gaat om het aandeel werkzame personen van 60 jaar en ouder. Een groot deel hiervan zal de komende circa 7 jaar de arbeidsmarkt verlaten. Deze twee ontwikkelingen kunnen bijdragen aan faillissementen, hogere leegstand en verschraling van het winkelaanbod. Zie Bijlage 4.

• **Helmond staat op de 2e plaats in de regio als het gaat om winkelaanbod**

Een vijfde van de winkels in de regio (Peelgemeenten, Geldrop-Mierlo, Nuenen ca. en Eindhoven) is te vinden in Helmond. Op Eindhoven na vinden we in Helmond de meeste winkels. De leegstand is in Helmond gemiddeld wel groter dan in Eindhoven en in de rest van de omliggende gemeenten, op Someren en Geldrop-Mierlo na. Zie Bijlage Helmond in de regio.

• **Vraag- en aanbod supermarkten Helmond inclusief impact Corona**

Bureau Seinpost onderzocht in opdracht van gemeente Helmond het marktperspectief van supermarkten in Helmond (Marktperspectief supermarkten Helmond 2020). En deed op basis daarvan aanbevelingen voor een strategie. Die betrekken we in hoofdstuk 6 Strategisch kader detailhandelsbeleid 2023 -2030. De belangrijkste bevindingen uit het onderdeel analyse van Seinpost zijn:

**Vraag naar supermarkten/behoefte:**

*Grote dynamiek in supermarktbranche*

De supermarktbranche is landelijk zeer dynamisch. De omzet groeit gestaag, het aanbod ontwikkelt zich met nieuwe concepten, uitbreiding van bestaande supermarkten en groei met online. Er is een behoorlijke concurrentie, ook in de strijd om locaties. Helmond is ook volop in ontwikkeling. Van belang is dat de stad op de juiste wijze inspeelt op deze dynamiek. Door corona is deze dynamiek in de branche - mede door de sluiting van de horeca - nog groter geworden. Zie Bijlage Supermarktstructuur Helmond 2020.

*Kwantitatieve behoefte supermarkten Helmond: overbewinkeling*

Helmond kent een goede spreiding van supermarkten over de acht (hoofd) wijkwinkelcentra en het hoofdwinkelgebied. Deze winkelcentra zijn: De Bus in Helmond-Noord, Straakven in Helmond-Oost, Brouwhorst in Brouwhuis, Combicentrum Mierloseweg in Helmond-West, Hoofdstraat in 't Hout, De Plaetse in Brandevoort, Dorpsstraat in Stiphout en de Heistraat in de oostelijke Binnenstad. Het hoofdwinkelgebied ligt ook in wijk 10 (Binnenstad), aan de westzijde. Zie Bijlage 6 Supermarktstructuur Helmond 2020. De hoofdstructuur wordt ondersteund door supermarktcentra en solitaire supermarkten. De kwantitatieve behoefte om het aanbod verder uit te breiden werd anno 2020 niet aangetoond. Dat komt door de snelle groei van het aanbod de jaren voorafgaand aan 2020 en de harde plancapaciteit. Eerder was ook al sprake van “overbewinkeling”

“Inclusief planrealisatie tot 2020/2021 ontstaat een overschot van circa 700 m2 winkelverkoopvloeroppervlak (wvo) voor supermarkten in Helmond. Vanaf medio 2024-2025 ontstaat geleidelijk distributieve ruimte dankzij de groei van de stad: 940 m2 wvo anno 2030, en 925 m2 wvo extra anno 2035” (Seinpost, Marktperspectief supermarkten Helmond 2020).

De meeste kansen voor het benutten van deze distributieve ruimte liggen aan de westzijde en in het centrale deel van de stad waar de bevolkingsgroei plaatsvindt. Supermarkten hebben vanwege hun trekkracht een bepalende invloed op de detailhandelsstructuur. Medio 2022/2023 kan het raadzaam zijn, volgens Seinpost, om de kwantitatieve analyse van dit marktperspectief te herijken, als er meer zicht is op corona-gevolgen en er ook nieuwe koopstroomgegevens zijn (die zijn er anno februari 2022: Koopstromenonderzoek Noord-Brabant 2021).

*Kwalitatieve behoefte supermarkten Helmond*

Kwalitatief kent Helmond een grote diversiteit van supermarkten: van specialistisch / kleinschalig, service, discount tot XL, zie figuur. De markt voor megasupermarkten is ingevuld met één van de grootste (AH) XL's van Nederland. Ook het discount-aanbod is op orde met inbegrip van het laatste harde plan op Suytkade (Lidl, bijtrekken van 2 al lang leegstaande commerciële ruimtes in bestaand gebouw).

*Supermarktbranche volop in beweging*

Supermarkten vormen in de huidige situatie de basis van een toekomstbestendig wijkwinkelcentrum. Onder invloed van markttrends, als online boodschappen doen, kan dat in de toekomst veranderen. Tegelijkertijd verandert de functie van de supermarkt ook nu al. De (grotere) supermarktconcerns zoeken naar onderscheidend vermogen en richten zich daarbij steeds meer op fast-service en cross-overs met horeca (maaltijdbereiding en -bezorging, versmarkten, directe consumptie, etc.). Hiermee zoekt men ook naar een versterking van de ontmoetingsfunctie, die in wijken belangrijk kan zijn voor de leefbaarheid en de sociale cohesie. De veranderingen in de supermarktbranche gaan snel en er spelen regelmatig huisvestings- en /of vastgoedvraagstukken. Om tot een optimale portefeuille aan dagelijks aanbod te komen is het nodig in gesprek te blijven met de supermarkten.



**Aanbod supermarkten:**

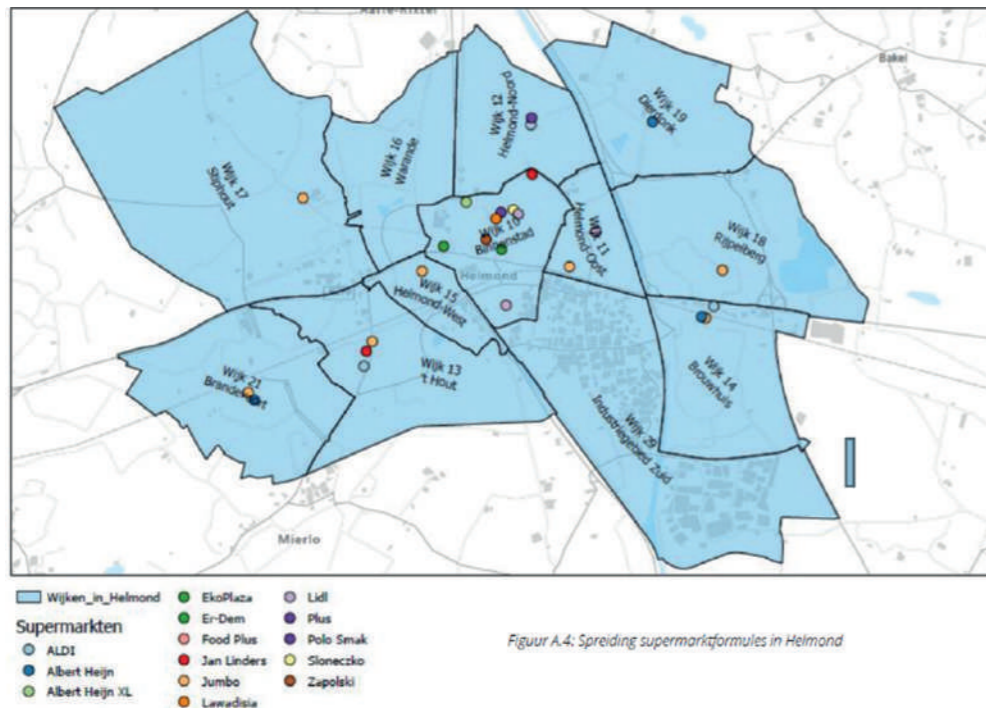
*Helmond kent een fijnmazige supermarktenstructuur*

In de gemeente Helmond zijn 28 supermarkten gevestigd (medio 2021), met een totale omvang van ruim 27.000 m<sup>2</sup> wvo (incl. 11 kleinere levensmiddelenwinkels, ofwel “minisupers”). Afgezet tegen het inwonertal is dit relatief veel. (Factsheet Detailhandel Helmond 2021, op basis van Locatus, zie bijlage 6).

Per 1.000 inwoners is er in Helmond in 2020 ruim 275 m<sup>2</sup> wvo aan supermarktaanbod beschikbaar. In vergelijkbare gemeenten is dit gemiddeld 241 m<sup>2</sup> wvo (Seinpost, analyse en cijfers 2020). De spreiding is goed te noemen: iedere wijk heeft één of meerdere supermarkten. Er is daarmee sprake van een fijnmazige supermarktenstructuur. Deze constatering pleiten ervoor geen supermarktllocaties meer toe te voegen. Uitzondering hierop is het centrum, waar het woningaanbod de komende jaren substantieel zal toenemen. Vanzelfsprekend moet er in dat geval wel sprake zijn van een goede inpassing en een ruimtelijke en economische onderbouwing.

Opvallend is dat slechts 13 supermarktllocaties een omvang van boven de 1.000 m<sup>2</sup> wvo hebben (Seinpost, cijfers 2020). Dit is een omvang die in het algemeen geldt als een ondergrens voor een moderne en rendabele supermarkt.

Figuur 7: Spreiding supermarktformules in Helmond 2020



Bron: Seinpost: Marktperspectief supermarkten in Helmond (2020)

Voor een service-supermarkt in het prijsvechterssegment zijn de marktkansen beperkt tot overname van een bestaande supermarkt. In deze categorie – zoals omschreven door Seinpost - vallen ketens zoals Nettorama en Dirk. Wat in kwalitatieve zin opvalt is dat een service-supermarkt in het hoofdwinkelgebied ontbreekt. Als die er wel zou zijn, zou dit de spreiding en veelzijdigheid voor de consument vergroten. Of er marktkansen liggen voor een onderscheidende citystore is mede afhankelijk van haar positionering ten opzichte van de AH-XL, die op korte afstand van het hoofdwinkelgebied ligt (Torenstraat). Het city-concept zal met name in moeten spelen op nieuwe behoeften en andere doelgroepen.

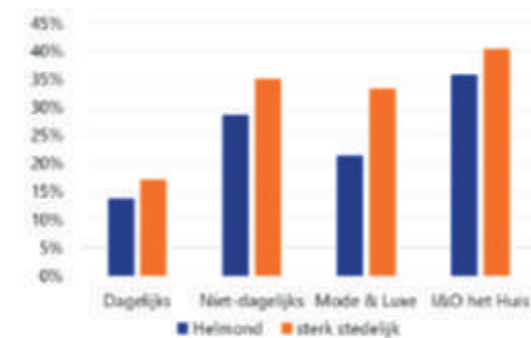
Enkele service-supermarkten in de acht wijkwinkelcentra ondervinden ruimtelijke knelpunten. Bestaande supermarkten hebben de behoefte om zich kwalitatief te kunnen versterken: met meer service en gemak, bredere gangpaden e.d. Dergelijke ingrepen in bestaand stedelijk gebied zijn lastige ruimtelijke opgaven. Daardoor wordt niet verwacht dat de distributieve ruimte snel overschreden wordt. Aanvullend moet rekening gehouden worden met de dynamiek bij gespecialiseerde supermarkten (buitenlandse, eco). Door Corona werd en wordt de grote dynamiek en het ‘essentiële’ belang van de branche nog eens benadrukt.

**3.3 Koopstromenonderzoek resultaten voor Helmond 2017 en 2021**

**Tussenstand: Koopstromenonderzoek Metropoolregio Eindhoven (MRE) 2017**

Uit het Koopstromenonderzoek 2017, zie figuur 8, bleek dat de toevloeiing circa 5 % lager lag dan in vergelijkbaar stedelijke gemeenten bij dagelijks en doelgericht. Maar niet-dagelijks nog lager: circa 7 % en bij Mode en Luxe bijna 10 %. Dit kon de lage binding niet compenseren. Het Koopstromenonderzoek MRE 2017 had als conclusie: leg de focus op koopkrachtbinding. Uit de cijfers kwam het volgende beeld: “Het beeld van Helmond als zwakke kern wordt versterkt. De prestatie van de detailhandel is negatief, de leegstandscijfers zijn (te) hoog, de binding van de bestedingen is (te) laag en de toevloeiing compenseert dit niet. Dit is een opeenstapeling van negatieve uitkomsten zeker ook ten opzichte van de omliggende kernen.” Derhalve was de conclusie: “Helmond dient rigoureuze keuzes te maken voor haar toekomst. Alle drempels voor bezoek zullen weggenomen moeten worden en het aanbod teruggebracht naar het niveau van de bestedingen. Wat is de plek voor Helmond in de regio?” Het Koopstromenonderzoek MRE 2017 gebruikte voor wat betreft koopstromen cijfers uit 2014 (pintransacties).

Figuur 8: Lage koopkrachttoevloeiing Helmond in 2014



Bron: MRE Koopstromenonderzoek (2017)

### Koopstromenonderzoek Provincie Noord-Brabant 2021 (KSO 2021) – resultaten Helmond 2021

In 2021 heeft de provincie Noord-Brabant, tegelijk met drie andere provincies (Noord- en Zuid Holland en Utrecht) door I&O Research een nieuw koopstromenonderzoek laten uitvoeren in alle gemeenten van Noord-Brabant. In hoofdstuk 2 (ontwikkelingen) staan enkele algemene uitkomsten, ook in relatie tot de andere provincies in dit KSO. Hieronder gaan we in op de uitkomsten voor Helmond.

#### Methode KSO 2021

Het KSO 2021 hanteert een geheel andere methode dan in 2017, namelijk met enquêtes. Deze methode wijkt te zeer af van het MRE-onderzoek uit 2017 (dat grotendeels gebaseerd was op analyse van pintransactie-data van de Rabobank uit 2014), om mee te vergelijken. Hooguit op zéér globaal niveau. De steekproef en respons 2021 voor Helmond zijn groot genoeg om over Helmond totaal en twee deelwinkelgebieden uitspraken te doen: Helmond Centrum en Winkelboulevard Engelse weg en omgeving. In de vragenlijst is per artikelgroep gevraagd waar men de laatste keer een bepaald artikel heeft gekocht (“Yesterday”-methode). Het KSO 2021 maakt een benchmark (vergelijking met andere min of meer vergelijkbare gemeenten) op basis van adressendichtheid en niet op klasse van inwonergrootte of bijvoorbeeld op basis van sociaal economische kenmerken en/of ligging. Dit is net zoals alleen een vergelijking op basis van inwonergrootte wat eenzijdig. Zie hiervoor Bijlage 7, met een uitleg van de verschillen van beide soorten methoden.

#### KSO 2021: groepering bestedingen in 3 hoofdgroepen: dagelijks, recreatief en doelgericht

**Dagelijks:** Boodschappen.

Het Helmondse aanbod is buiten het centrum voor een belangrijk deel dagelijks, namelijk in de wijkwinkelcentra en verspreid. Winkelboulevard Engelseweg en omgeving niet meegerekend, die heeft 0 % dagelijkse winkels. Het hoofwinkelgebied in het centrum heeft 17 % dagelijks aanbod. Het aandeel dagelijks buiten het centrum loopt van 44 % in de Vondellaan tot 75 % in de Torenstraat (Factsheet Detailhandel Helmond 2021)

**Recreatief:** Mode & Luxe (mode, huishoudelijk) en Vrije Tijd (sport & spel en media & hobby).

Het aanbod in het hoofwinkelgebied in het centrum van Helmond bestaat grotendeels uit recreatief (63 %; KSO 2021)

**Doelgericht:** In en om het huis (elektronica, doe-het-zelf, woninginrichting, tuinartikelen en planten).

Het aanbod van de Winkelboulevard Engelseweg en omgeving is grotendeels doelgericht (90 %; KSO 2021). Zie ook Bijlage Aanbod detailhandel Helmond 2021: spreiding branches en ontwikkeling verkooppunten, oppervlakte en branches.

#### Koopstromen en bestedingen Helmond 2021:

*Toevloeiing Helmond is nog steeds duidelijk lager aandeel dan in benchmarkgemeenten*

In figuur 9 is te zien dat ruim tweederde van de doelgerichte en recreatieve bestedingen uit Helmond zelf komen en de rest van elders (toevloeiing), bij dagelijks komt zelfs ruim 90% uit de stad zelf. De toevloeiing ligt in de benchmarkgemeenten duidelijk hoger (respectievelijk 6 % hoger bij dagelijks, 9 % bij recreatief en 15 % doelgericht). Helmond vervult dus een minder sterke centrum-/regiofunctie. Bij dagelijkse bestedingen is slechts 4% toevloeiing, bij dagelijks wordt ook vaker in de eigen buurt geshopt, zeker in coronatijd. Maar merk op dat de gehanteerde benchmarkmethode op basis van adressendichtheid een wat eenzijdige is, zie ook Bijlage 7.

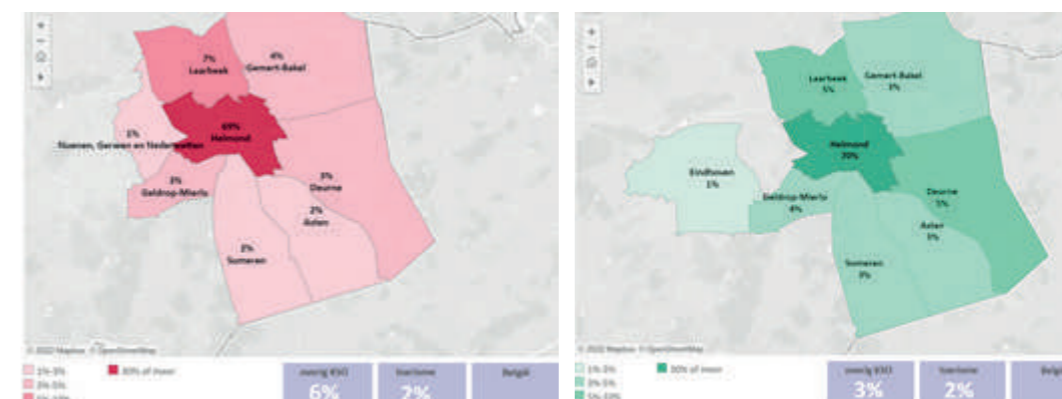
Dat beeld – niet zo'n hoge toevloeiing als gemiddeld in andere gemeenten 'sterk stedelijk'- komt globaal overeen met het KSO 2017. Vraag is waar de toevloeiing geografisch vandaan komt. En vooral bij recreatief en doelgericht, zie figuur 9 en 10. Immers, daar verwacht je een sterkere centrumfunctie dan bij dagelijks. Dan zien we dat de toevloeiing in beide gevallen inderdaad voor circa een kwart uit de directe regio, de grensgemeenten, komt. Helmond heeft dan ook het grootste aanbod recreatief naast Eindhoven. En heeft ook een perifere grootschalige locatie, de Engelse weg en omgeving, waar het grootste aandeel aanbod doelgericht (grootschalige winkels) zich bevindt (95 %).

Figuur 9: Herkomst alle soorten bestedingen Helmond 2021 (toevloeiing)



Bron: KSO 2021

Figuur 10: Herkomst bestedingen Helmond recreatief (rood) en doelgericht (groen)



Bron: KSO 2021





De koopkrachtbinding en afvloeiing Helmond totaal: Online afvloeiing 1/3 bij recreatief shoppen

Binding betekent: welk aandeel van de Helmonders shopt wél (fysiek) in de eigen stad en afvloeiing is welk aandeel niet in Helmond shopt. Figuur 11 laat zien dat de binding bij dagelijks het grootst is en bij recreatief het kleinst is, net zoals bij de benchmark.

Figuur 11: Welk aandeel Helmonders winkelt in de stad (binding) en elders (afvloeiing fysiek en online) en welk aandeel winkelt in het centrum (binding)?

Helmond totaal: binding en afvloeiing

Dagelijks	2021	benchmark
Binding	85%	87%
Afvloeiing fysiek	9%	7%
Afvloeiing online	5%	6%

Recreatief	2021	benchmark
Binding	42%	41%
Afvloeiing fysiek	24%	24%
Afvloeiing online	34%	35%

Doelgericht	2021	benchmark
Binding	53%	49%
Afvloeiing fysiek	25%	28%
Afvloeiing online	22%	23%

Bron: KSO 2021

De binding dagelijks in 2021 is het hoogst, 85% (9% elders en 5% online), vergelijkbaar met de benchmark. De binding recreatief is het laagst: slechts 42% shopt in Helmond (waarvan 31% in het centrum), maar vergelijkbaar met de benchmark. In de benchmark zitten echter ook gemeenten die zelf weinig recreatief hebben.

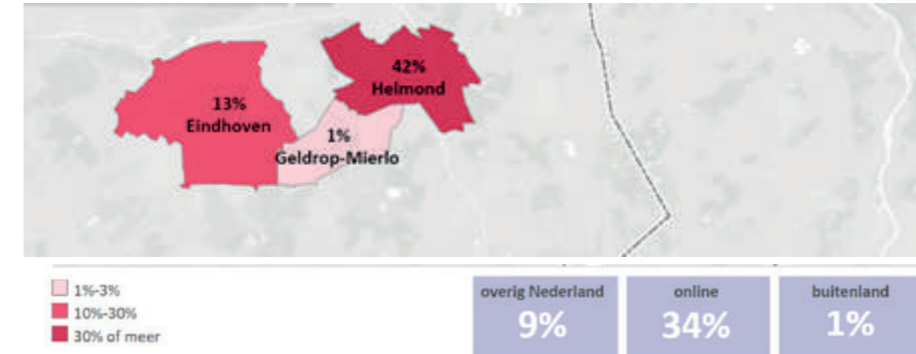
Waar komen die kwart overige bestedingen fysiek dan terecht? Uit figuur 12 hieronder blijkt: 13% in Eindhoven (met een duidelijk groter aanbod recreatief), 1% in Geldrop-Mierlo, 9% in andere KSO-gemeenten en 34% online. Vrijwel niet naar de andere Peel- of grensgemeenten, die ook een kleiner aanbod recreatief hebben. Online kan zowel een pure webwinkel als een webwinkel van een fysieke lokale winkel in Helmond, als webwinkel van een ketenwinkel zijn, die in Helmond ook een fysieke winkel heeft. Dus online hoeft niet geheel afvloeiing te betekenen, zo meldt het KSO.

In Helmond kennen wij voorbeelden van fysieke vestigingen van ketenwinkels, die een landelijke keten-webshop hebben. Er zijn er daarbij die de online bestellingen op die landelijke ketenwebshop toch zelf lokaal/regionaal (mogen) leveren vanuit hun eigen winkel.

Binding Helmond centrum



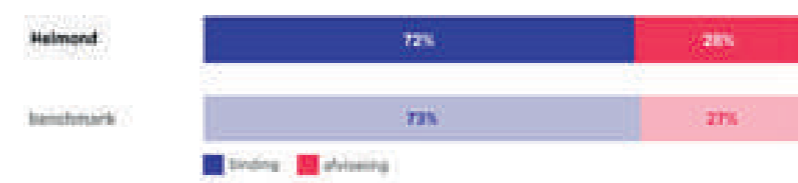
Figuur 12: Binding (in Helmond) en afvloeiing (fysiek elders en online) recreatief Helmond totaal



Bron: KSO 2021

De binding doelgericht is circa 50% net zoals in de benchmark, toch ook nog een kwart naar elders (zoals naar Eindhoven, met onder meer Ikea) en ruim een vijfde deel online inmiddels. In de benchmark zien we een hogere afvloeiing doelgericht fysiek. Dit komt waarschijnlijk omdat niet alle gemeenten in de categorie 'sterk stedelijk' zelf een winkel-woonboulevard hebben waar vooral doelgericht aanbod is. De binding in Helmond bij horeca is groter dan bij winkels: 72% bezoekt de horeca in Helmond en 28% buiten de stad. En dat is vergelijkbaar met de benchmarkgemeenten.

Figuur 13: Horeca binding en afvloeiing



Bron: KSO 2021

**Waardering Helmond Centrum en Winkelboulevard Engelse weg en omgeving: ruime voldoende.**

Onderstaande figuur toont de gemiddelde rapportcijfers die bezoekers geven aan verschillende aspecten van het centrum en de perifere winkellocatie Engelse weg en omgeving. Dit zijn de bezoekers die hier hun laatste aankoop deden. Daarnaast is ter vergelijking te zien hoe in andere gemeenten in de categorie 'sterk stedelijk' de waardering is (de Benchmark gemeenten), de categorie van stedelijkheid waarin Helmond valt op basis van adressendichtheid. Maar merk op dat de gehanteerde benchmarkmethode op basis van adressendichtheid wat eenzijdig is, zie bijlage 7.



Tabel 3: Waardering winkelcentra: Helmond centrum en Engelseweg en omgeving en de Benchmark

	Helmond centrum 2021	Benchmark	Engelse weg en omgeving 2021	Benchmark
<b>Totaaloordeel</b>	<b>7,5</b>	<b>7,4</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>
Winkelaanbod	7,2	7,1	7,8	7,8
Sfeer en uitstraling	7,2	7,0	6,4	6,7
Veiligheid	7,4	7,4	7,2	7,4
Netheid	7,4	7,3	7,0	7,3
Aanwezigheid groen	6,3	6,0	5,7	5,4
Faciliteiten	5,7	5,8	5,0	5,9
Parkeren auto	6,9	7,2	8,4	8,2
Stalling fiets	7,9	7,5	7,7	7,2
Bereikbaarheid auto	7,3	7,5	8,5	8,4
Bereikbaarheid fiets	8,4	8,3	8,2	7,7
Bereikbaarheid OV	6,7	7,4	5,4	6,8
Horeca	8,1	7,7	4,5	5,5

Bron: KSO 2021, bewerking Gemeente Helmond

**Rood:** (iets) lager dan benchmark

**Groen:** (iets) hoger dan benchmark

*Helmond Centrum: horeca en bereikbaarheid fiets boven gemiddeld en parkeren auto en bereikbaarheid OV onder gemiddeld*  
De 7,5 is gemiddeld ruim voldoende. (Ruim) boven gemiddelde waardering krijgen horeca en bereikbaarheid fiets, (ruim) onder gemiddelde parkeren auto en bereikbaarheid OV. Faciliteiten iets minder dan gemiddeld. Onder faciliteiten vallen bijvoorbeeld wc, wifi, afhaalpunt of bankje. De benchmarkgemeenten hebben vergelijkbare cijfers op aspecten. Horeca krijgt een betere waardering dan de benchmark en een duidelijk slechtere waardering krijgt bereikbaarheid OV.

*Engelse weg en omgeving: winkelaanbod, bereikbaarheid auto en fiets, parkeren auto bovengemiddeld en horeca, faciliteiten, aanwezigheid groen en bereikbaarheid OV onder gemiddeld*

De 7,5 is gemiddeld ook ruim voldoende. (Ruim) boven gemiddelde zitten winkelaanbod, bereikbaarheid en parkeren auto en bereikbaarheid fiets. Aanwezigheid groen, faciliteiten, bereikbaarheid OV en horeca scoren ruim onder gemiddelde van de Benchmark. Vergeleken met de benchmark komt waardering op onderdelen globaal overeen. Engelse weg en omgeving doet het (duidelijk) beter op stalling fiets en bereikbaarheid fiets. En duidelijk slechter op faciliteiten, horeca en, ook hier, bereikbaarheid OV.

#### Tips van inwoners voor Helmond centrum en voor de wijken

*Tips inwoners voor Helmond Centrum: meer variatie in winkels, goedkoper parkeren en leegstand bestrijden vormen top-3*  
In het KSO 2021 konden inwoners van Helmond in een open vraag ook nog concrete tips geven aan de gemeente over het (hoofwink)centrum. Dit is een standaardvraag in het KSO 2021. In alle gemeenten konden inwoners tips aan hun gemeente geven over hun hoofdwinkelcentrum. In totaal gaven 264 (!) inwoners 1 of meerdere tips of ander commentaar. Alle tips zijn ingedeeld in meer algemene categorieën. In Tabel 4 staan de vaakst genoemde. Zie voor de overige tips bijlage 7. Over de tip 7, Openbare WC weer terug in het centrum: kort na het veldonderzoek KSO 2021 met enquêtes (september-oktober 2021) opende wethouder De Vries op 21 december 2021 nieuwe openbare toiletten in Helmond centrum (Elzas passage), zie foto hierna. De suggestie van meer variatie (meest genoemd) sluit aan bij het advies van Inretail, februari 2021. Dit advies is om in middelgrote steden - bij afname vraag naar recreatieve fysieke winkels en afname fysieke ketenwinkels - een bepaalde dichtheid aan branches te houden, ofwel een voldoende gevarieerd aanbod. Zo wordt voorkomen dat het aanbod onder een bepaald minimum zakt.

Tabel 4: Top-10 verbeterpunten van inwoners voor Helmond centrum

Plek	Verbeterpunten - opmerkingen	Aantal keer genoemd
1	Meer variatie winkels, minder dezelfde winkels	59
2	Goedkoper auto-parkeren of gratis parkeren	35
3	Leegstand bestrijden, minder leegstand	27
4	Verbeteren inrichting openbare ruimte (voetgangersgebied)	26
5	Meer activiteiten-evenementen-cultuur, ook voor jeugd/kinderen	23
6	Meer winkels-ruimer aanbod (behouden)	18
	Bereikbaarheid auto centrum moet beter of goed houden, ook bij werkzaamheden en bij evenementen	18
7	Meer faciliteiten: Openbare WC weer terug in centrum (13x); Wifi + waterdrinkpunt + pinautomaat (3x)	16
8	Beter handhaven regels diverse vlakken	15
9	Gemeente heeft goede stappen gemaakt voor het centrum	14
	Meer auto-parkeren, parkeermogelijkheden (en/of beter en/of openbaar)	14
10	Meer wonen, betaalbaar ook, ook appartementen	13
	Meer variatie horeca	13

Bron: KSO 2021, bewerking gemeente Helmond



Nieuwe stadstoiletten in de Elzas Passage.

#### Tips voor de wijken

Hoewel de vraag gesteld is welke tips men heeft voor het centrum, waren er onder de 264 respondenten ook enkele die verbeterpunten over de wijken en de wijkwinkelcentra gaven, soms maar 1 respondent over 1 wijk. Ook zo'n signaal kan belangrijk zijn. Vanwege het kleine aantal staan alle punten en opmerkingen integraal in Tabel 5.

Tabel 5: Verbeterpunten voor en opmerkingen over de wijken

Wijk	Verbeterpunten - opmerkingen
Brouwhuis	In Brouwhorst meer parkeervakken, invalidenvakken vaak leeg, omwonenden parkeren er ook.
Stiphout	Maak Centrumplan Stiphout gereed; verbeter parkeren; geen dorps uitstraling meer; weinig winkelaanbod.
Brandevoort	WC Brandevoort: langere openingsuren winkels; meer supermarkten (2x) (Aldi/Lidl); meer winkels (4x); huidige winkels groter; meer keus (AH en Kruidvat); meer horeca (2x); meer OV (nu géén!); meer koffiezaken met terras.
Helmond-Oost	Negatieve beeldvorming over deze wijk tegengaan.
Heistraat-Binnenstad	Zeker in Heistraat wordt overal maar dubbel geparkeerd en weinig blauw op straat; Heistraat rommel (groente en fruit) op straat aanpakken zodat stoep vrij blijft om te lopen; meer politie/BOA voor controle naleving regels; mooi speelpark Wevestraat!; pak overlast drugscriminaliteit Heistraat e.o. aan.
Helmond-Noord	Negatieve beeldvorming van deze wijk tegengaan; WC Vondellaan restaureren.

Wijk	Verbeterpunten - opmerkingen
't Hout	Horeca-aanbod in Mierlo-Hout en directe omgeving is treurig. Stimuleren? We wijken altijd uit naar elders; OV in 't Hout ronduit zeer slecht te noemen met name voor ouderen; het openbaar "zitbaar" en recreatief groen is in mijn wijk ook zeer matig.
Dierdonk	Meer winkels en horeca zoals koffiezaakje, bijvoorbeeld voor 40-ers, nu alleen AH en snackbar: je moet voor bijna alles de wijk uit.
Wijken/ wijkwinkelcentra algemeen	Ook in wijkwinkelcentra meer openbare toiletten; minder leegstand en meer diverse winkels ook in wijkwinkelcentra; op sommige kruispunten (zoals wethouder Ebbenlaan/Rembrandlaan) is het totaal-groenlicht afgeschaft. Ik ervaarde dit totaal-groenlicht als erg veilig en in totaal sneller voor het geheel aanbod langzaam verkeer, persoonlijk zie ik in heel Helmond dit toegepast; meer afvalbakken in alle wijken; verbeter ook wijkwinkelcentra en niet alleen het Centrum.

Bron: KSO 2021

#### Extra vragen over Helmond centrum door de gemeente toegevoegd aan KSO 2021

Gemeente Helmond heeft extra vragen toegevoegd aan het KSO 2021. Die gingen over de mening van bezoekers (inwoners en niet-inwoners) van het centrum over de kenmerken en ontwikkelingen en over het winkel- en horecaaanbod, zowel die er wel of niets besteedden. Immers, binnen het Strategisch programma Centrum werkt de gemeente Helmond met partners sinds januari 2017 (vaststelling Centrum perspectief Helmond 2030 door de raad) intensief aan de verbetering van het centrum. Hoe denken de bezoekers daarover?

#### Rapportcijfers voor Helmond Centrum

gevraagd is aan bezoekers (inwoners en niet-inwoners) die de afgelopen 3 jaar één of meerdere keren in het centrum zijn geweest hoe zij de verschillende aspecten beoordelen.

Zoals ook in Tabel 3 te zien was geven bezoekers (zowel Helmonders als niet-Helmonders) het centrum van Helmond gemiddeld een 7,5. Met uitzondering van de faciliteiten krijgen alle aspecten van het centrum een voldoende tot goede beoordeling. Naast de faciliteiten worden de aanwezigheid van groen, de bereikbaarheid per openbaar vervoer en de parkeermogelijkheden voor de auto het minst beoordeeld. De hoogste rapportcijfers worden gegeven aan de bereikbaarheid per fiets en het aanbod van horeca.

Helmonders die in de afgelopen drie jaar wel één of meerdere keren in het centrum zijn geweest, maar de laatste aankopen daar niet hebben gedaan, oordelen ook positief, maar geven net wat lagere rapportcijfers. Uitzondering hierop vormt het rapportcijfer voor faciliteiten. Daarvoor geeft deze groep bezoekers juist een hoger, maar ook voldoende cijfer.



Tabel 6: Welk rapportcijfer geeft u Helmond centrum in totaal en voor bijvoorbeeld sfeer en bereikbaarheid: vergelijking tussen die er wel iets kochten en die dat niet deden

	Bezoekers die de laatste aankopen in Helmond centrum deden (zowel Helmonders als niet-Helmonders)*	Helmonders laatste drie jaar in Helmond centrum geweest**
<b>TOTAALORDEEL</b>	7,5	7,0
Winkelaanbod	7,2	6,6
Sfeer en uitstraling	7,2	6,6
Veiligheid	7,4	7,0
Netheid (schoonmaak of onderhoud)	7,4	7,2
Aanwezigheid van groen	6,3	6,4
Faciliteiten (bijvoorbeeld wc, Wifi, afhaalpunt, bankjes)	5,7	6,3
Parkeermogelijkheden auto	6,9	6,3
Stallingsmogelijkheden voor fiets	7,9	7,7
Bereikbaarheid per auto	7,3	6,8
Bereikbaarheid per fiets	8,4	8,0
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	6,7	6,8
Aanbod van horeca	8,1	7,5

\* Is zelfde score-overzicht als in Tabel 3, 2e kolom (waardering Helmond Centrum)

\*\* Helmonders die in de afgelopen drie jaar één of meerdere keren in het centrum zijn geweest, maar de laatste aankopen daar niet hebben gedaan.

#### Mening over de ontwikkeling van Helmond centrum

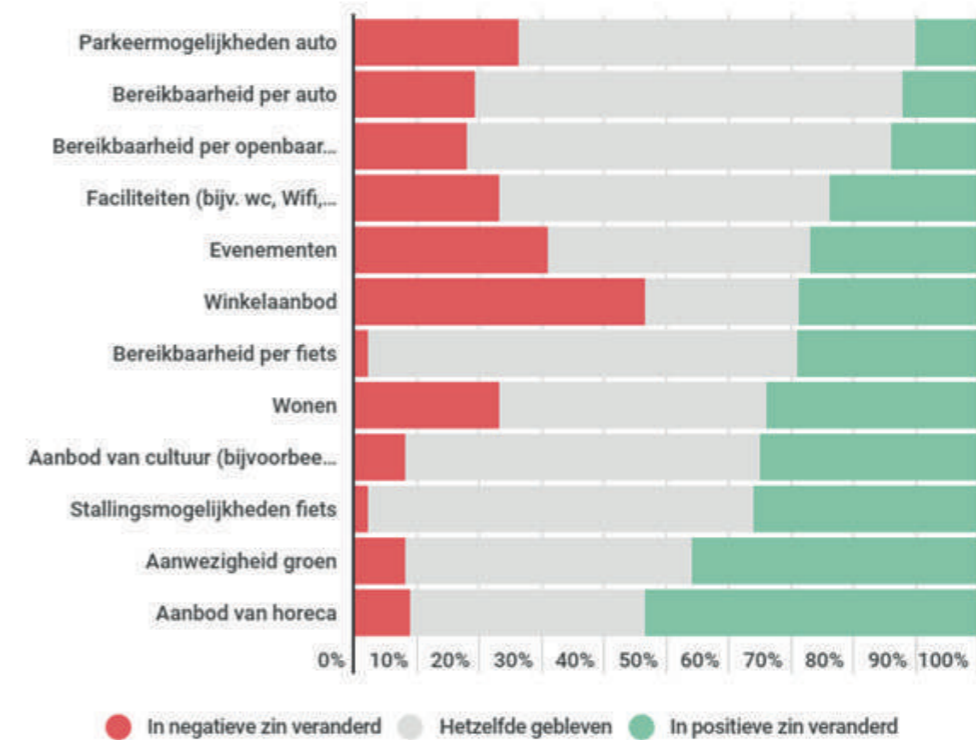
Gevraagd is aan bezoekers (inwoners en niet-inwoners), die de afgelopen drie jaar één of meerdere keren in het centrum zijn geweest, hoe zij de ontwikkeling van het centrum de afgelopen tien jaar waarderen. Bezoekers vinden dat vooral het aanbod van horeca en de aanwezigheid van groen in positieve zin zijn veranderd in de afgelopen tien jaar. Bezoekers zijn minder te spreken over de ontwikkeling van het winkelaanbod en de evenementen in het centrum. In Figuur 14 staat een overzicht van bezoekers: inwoners en niet-inwoners samen.

In bijlage 12 staat de mening van inwoners en niet-inwoners uitgesplitst in twee afzonderlijke overzichten.

Die uitsplitsing kan behulpzaam zijn bij de te kiezen ambitie van Helmond centrum:

- Bij het doel vergroten van binding, ofwel tegengaan afvloeiing van eigen bewoners, dan is de mening van inwoners belangrijker. Doel zou dan zijn de lokaal verzorgende functie te versterken.
- Bij het doel vergroten toevloeiing van bezoekers van buiten Helmond, dan is de mening van niet-inwoners belangrijker. Doel zou dan zijn de regionaal verzorgende functie te vergroten.

Figuur 14: Op welke manier is Helmond centrum volgens u veranderd in de afgelopen tien jaar?



#### Welke winkels ontbreken in Helmond-centrum?

Dit is gevraagd aan iedere bezoeker (inwoner en niet-inwoner) die aangaf in de afgelopen drie jaar één of meerdere keren in het centrum te zijn geweest. In onderstaande Wordcloud staan de antwoorden. Hoe groter de woorden, hoe vaker genoemd. De helft van alle bezoekers (zowel inwoners als niet-inwoners) geeft aan iets te missen in het winkelaanbod. Specifiek geven inwoners vaker aan iets te missen dan mensen van buiten Helmond. In het algemeen geven mensen vaak aan dat ze het winkelaanbod te klein en niet divers genoeg vinden. Daarnaast missen veel mensen een warenhuis, zoals V&D of de Bijenkorf. Wat ook vaak naar voren komt is dat mensen boetiekjes, kleine winkeltjes en speciaalzaken missen. Aan de andere kant wordt het gemis van grotere winkelketens ook vaak genoemd.



# 4. Gevolgen voor Helmond van trends en ontwikkelingen

Figuur 15: Mist u iets in het winkelaanbod in Helmond centrum en zo ja, wat?\*



\*Vanwege de kleine letters van minder vaak genoemde (soorten) winkels staat in bijlage 13 ook een totaaloverzicht van alle genoemde (soorten) winkels.

Bron: KSO 2021 – Resultaten extra vragen Gemeente Helmond

Op hoofdlijnen hebben de trends en ontwikkelingen de volgende impact op vraag en aanbod in de gemeente Helmond:

**Inspelen op toename inwoners in/rond centrum:**

De verwachting is dat de Helmondse bevolking de komende 18 jaar zal toenemen tot ruim 115.000 in 2040. Het positieve effect voor de detailhandel op gemeenteniveau zal relatief klein zijn, maar het biedt wel degelijk kansen voor het centrumaanbod en daarmee voor het verder terugdringen van de leegstand.

**Internetgevoelige winkelbranches blijven onder druk staan:**

De online-bestedingen in de kleding & mode branche (incl. schoenen) en elektronicabranche zijn de afgelopen jaren sterk gestegen en zullen naar verwachting sterk blijven groeien. En het aantal fysieke winkels en m2 in dit segment, ook in Helmond sterker vertegenwoordigd in het centrum, zijn dan ook gedaald in Helmond. De verwachting is dat mede hierdoor de leegstand in de mengzones kan toenemen (m.n. Molenstraat, Koninginnewal en omgeving). Dit als gevolg van toekomstig faillissementen of terugtrekkende beweging van deze branches. Vitale winkels zullen naar verwachting verplaatsen.

**Concurrentiepositie – met name Helmond centrum:**

De dynamiek in de markt leidt tot een kwetsbare positie van Helmond in de regio. Er is wel een kentering op het vlak van leegstand: de leegstand is afgenomen in 2021 t.o.v. 2020, zowel in als buiten het centrum. Echter, in andere gemeenten van het SGE en landelijk is de leegstand ook afgenomen. Helmond houdt op Geldrop-Mierlo en Laarbeek na, het hoogste percentage leegstand in de regio. Anderzijds maakt elk gevuld pand het centrum en de andere wijkwinkelcentra aantrekkelijker, ook tijdelijke vulling.

Wat betekent de trend dat ketens het aantal filialen verminderen, een selectiever locatiebeleid voeren, zeker met een ander groot centrum nabij (Eindhoven), voor Helmond? Als Helmond meer en meer alleen nog een centrum zou worden voor frequente producten (zoals voedsel, huishouden en verzorging)? Helmond zit echter maar net onder de groep van 40 grootste middelgrote centra maar wel op plek 42. Dus kan toch in beeld blijven bij grote ketens (Stec, 2022), die bij relocatie zich gaan beperken tot de 40 grootste middelgrote centra. Immers, bij die afweging zouden andere factoren dan grootte stad ook kunnen spelen. Bijvoorbeeld het geplande en al in aanbouw zijnde grote aantal nieuwe woningen in en bij het centrum (schaalsprong). Het is in ieder geval van belang dat de aantrekkelijkheid niet onder een minimumniveau zakt. Dus is het zaak om een bepaalde dichtheid van branches te behouden (Inretail, 2021). Dit om een voldoende gevarieerd aanbod te kunnen bieden, samen met andere centrumfuncties, zie hierna.

Het centrum zal wel minder aantrekkelijk kunnen worden voor recreërende funshoppers. Voor funshopping en voor een groter aanbod geldt dan ook dat Eindhoven(centrum) een sterke concurrent blijft waarvan, gezien schaal en aantrekkingskracht, niet gewonnen kan worden. Als middelgrote stad liggen er daarom meer kansen voor Helmond bij de inzet op andere kwaliteiten, zoals serviceniveau, menselijke maat, gemoedelijkheid, kindvriendelijkheid, comfort en dergelijke. Dit vraagt aandacht voor beleving, openbare ruimte, nog verder terugdringen van leegstand, goede bereikbaarheid en parkeervoorzieningen, aantrekkelijk aanbod en gevarieerde programmering (horeca, cultuur en diensten), evenementen, samenwerking, online vertegenwoordiging, en een goed verhaal/profilering, afgestemd met de regio.



### Actieve leegstands aanpak blijft nodig binnen en buiten het centrum

Immers, er is pas een kleine daling zichtbaar en trends (selectievere locatiekeuze winkelketens) en mogelijke faillissementen door corona of de Koopkrachtcrisis – zie hierna - kunnen tot meer leegstand leiden.

### Functie van wijkwinkelcentra verandert:

Waar voorheen iedereen gewend was om in de eigen wijk de dagelijkse boodschappen te doen, is dit nu minder aan het worden en ook online is in opkomst. Daarbij zal volgens de voorspelling (RACD) daar steeds minder vraag naar non-food winkels komen. Dit roept de vraag op naar alternatieve functies passend bij het karakter van de woonwijk in die centra, die ook publiek naar die centra trekken, naast resterende winkels en supermarkten.

### Gevolgen corona voor Helmond (op basis van Inretail 2021, Stec 2022, BRO 2022):

*a. In Helmond lijkt de positie wijkwinkelcentra ongeveer gelijk gebleven, niet enorm verstevigd door de corona trends (dichtbij huis boodschappen, thuis werken)*

Het aantal verkooppunten detailhandel buiten het centrum is in 2021 vergeleken met 2020 nagenoeg gelijk. Leegstand is in de wijkwinkelcentra en overige punten buiten het centrum wel gedaald, net zoals in het centrum. Onder meer door transformatie of schaalvergroting van bestaande winkels, die leegstaande panden erbij trokken.

*b. Mogelijke toename faillissementen winkels en horeca door wegvallen corona-steun lijkt (nog) beperkt in Helmond (landelijke verwachting 10-20% horeca verdwijnt).*

In Helmond vulde vooral nieuwe horeca in het kernwinkelgebied leegstaande winkel- en kantoorpanden in de jaren 2012-2020, vóór de coronacrisis (vooral Noordzijde Markt). De horeca heeft meer geleden van de crisis dan de retail, ook in Helmond. Reserves zijn geslonken en schulden zijn (hoog) opgelopen. Als tóch horeca verdwijnt (faillissementen) dan zou de leegstand in en rond het kernwinkelgebied weer kunnen oplopen.

Najaar 2022 – bij de herstart innen uitgestelde rijksbelastingen – heeft een eerste horecagelegenheid centrum faillissement aangevraagd. Bij alle winkels en horeca geldt overigens ook hoe de financiële positie vóór corona was. Een recent voor corona gestarte zaak zal meer geleden hebben dan zaken die hun startinvesteringen al langer konden terugverdienen, hiervan zijn voorbeelden bekend. Na een mogelijk zwakkere beginsituatie bij aanvang corona, de nu erop volgende energiecrisis en de beperkte terugverdienmogelijkheden door personeelstekorten is een effect van wegvallen corona-steun minder goed aan te geven.

*c. Mogelijk heeft corona daling huur/ huuraanpassingen door diverse pandeigenaren in Helmond versneld - huurprijzen Helmond centrum zijn sinds 2016 al aan het dalen*

Sommige eigenaren hanteren bijvoorbeeld flexibele huur: omzet gerelateerd, deels al begonnen voor corona, om leegstand te voorkomen. Op basis van de Winkelalmanak 2021 vermeldt bureau BRO de gemiddelde huurprijsniveaus voor Helmond en Eindhoven (als onderdeel van analyse actualisatie regionaal detailhandelsbeleid SGE).

In Eindhoven bedraagt de mediaan huurprijs in het centrum € 687,5 per m<sup>2</sup>. In 2016 was dit nog € 787,5 per m<sup>2</sup>. Een afname van -13%. In Helmond bedraagt de mediaan huurprijs in het centrum € 175 per m<sup>2</sup>. In 2016 was dit nog € 375 per m<sup>2</sup>. Een afname van -53%! Het kan zijn dat corona dit proces (voor huurders) positief heeft beïnvloed/ versneld.

*d. Toename overlast door toename flitsbezorgers en/of “darkstores” in het centrum of in wijkwinkelcentra nog niet waargenomen.*

Deze branches groeiden door corona. Een beleidsuitspraak over de wenselijke plek voor magazijnen voor flitsbezorgers is wel nodig. De grote toename van bezorgservice (eten en boodschappen) door corona is een extra actuele aanleiding om in Helmond (kernwinkelgebied) mogelijkheden voor nieuwe vormen van stadsdistributie te onderzoeken (“bezorg/mobiliteits hubs”?). Er bestaat wel al sinds 2020 de mogelijkheid van ontheffing voor stalling bezorgfietsen (maximaal 5 per zaak) in het voetgangersgebied. Buiten het centrum bestaat al lang horeca die vooral bezorgt (grillrooms en pizzeria’s). Daar lijkt eventuele stalling van bezorgvoertuigen/fietsen minder een probleem, afhankelijk van de locatie.

### Gevolgen Koopkrachtcrisis Helmond - de gemeenteraad stelt in november 2022 een Koopkrachtfonds in

Ook in Helmond wordt de koopkrachtcrisis gevoeld door inwoners, ondernemers en instanties. Daarom heeft het college de gemeenteraad in oktober 2022 voorgesteld een Koopkrachtfonds van 10 miljoen euro in te stellen voor maatregelen als aanvulling op eventuele rijks-compensatie, bedoeld voor onder meer ondernemers. De gemeenteraad heeft op 10 november 2022 dit fonds ingesteld.



## 5. Evaluatie algemene en gebiedsspeerpunten Detailhandelsbeleid 2013

Dit hoofdstuk bevat de evaluatie van de beleidsuitgangspunten en doelstellingen zoals deze zijn opgenomen in het Detailhandelsbeleid 2013. Daarnaast treft u per type winkelgebied de stand van zaken. Op basis van deze evaluatie is bekeken of er aanpassingen nodig zijn.

### 5.1 Algemene speerpunten en doelstellingen

#### Evaluatie speerpunten beleid 2013

In het Detailhandelsbeleid 2013 is als leidend uitgangspunt genomen dat het lokale en regionale winkelaanbod versterkt dient te worden om rol van kernwinkelstad te vervullen. Daarvoor wordt er op basis van dat beleid ingezet op een evenwichtige en toekomstbestendige winkelstructuur te zijn waarbij de verschillende (wijk)winkelcentra elkaar aanvullen. Op basis van deze ambitie en de doelstellingen zijn in het Detailhandelsbeleid 2013 de volgende speerpunten van beleid geformuleerd:

- het faciliteren van de dynamiek binnen de detailhandel;
- koopgedrag hanteren als leidraad voor positionering van winkelgebieden;
- het stimuleren van ruimtelijke concentratie;
- het verminderen van verspreide bewinkeling buiten de winkelcentra;
- schaalvergroting op de juiste plek faciliteren;
- zondagopenstellingen
- leegstand tegengaan.

De evaluatie van de speerpunten laat samengevat het volgende beeld zien  
(zie bijlage 14 - Uitvoerige bespreking uitvoering speerpunten)

#### A. Het faciliteren van de dynamiek binnen de detailhandel:

Conclusie: diverse acties zijn uitgevoerd en hebben zodanig de dynamiek binnen de detailhandel gefaciliteerd.

#### B. Koopgedrag hanteren als leidraad voor positionering van winkelgebieden.

De koopstroomonderzoeken 2017 en met name 2021 leveren een analyse van koopgedrag en deze geven aanleiding tot en bijdrage aan acties en bijstellingen.

#### C. Het stimuleren van ruimtelijke concentratie.

De diverse acties ter stimulering van ruimtelijke concentratie beginnen resultaten op te leveren, vooral in het centrum, zie ook onder speerpunt Leegstand tegengaan.

#### D. Tegengaan verspreide bewinkeling (= winkels buiten winkelcentra).

Is incidenteel gedaan – zoals transformatie naar wonen op een enkele plek recent - maar het percentage buiten ten opzichte van winkels binnen winkelgebieden is toch toegenomen sinds 2013, zie ook bijlage 8.

#### E. Schaalvergroting (van supermarkten en andere) op de juiste plek faciliteren.

Conclusie: deels gelukt, deels niet (1 niet echt op de juiste plek, buiten winkelcentra).

#### F. Zondag-openstellingen

Conclusie: Is in 2013 al doorgevoerd.

#### G. Leegstand tegengaan

Conclusie: veel aandacht voor geweest, planmatig, veel projecten uitgevoerd en nog steeds in uitvoering, diverse instrumenten, met name in centrum. Dit als uitvoering Centrum perspectief Helmond 2030/Centrum+ (want daar grootste percentage leegstand) en met sinds 2020 een dalende trend als resultaat! Buiten centrum meer organisch gegaan en door middel van meewerken met transformatie-initiatieven.

Conclusie: Aan de meeste speerpunten 2013 is uitvoering gegeven en de ermee te bereiken doelen zijn deels behaald in 2021.

Op basis van het voorgaande kan geconcludeerd worden dat de doelstellingen uit het Detailhandelsbeleid van 2013 voor een deel zijn behaald (hele stad). Met name op het vlak van leegstandsbestrijding en aantrekkelijkheid centrum heeft vooral sinds 2017 een combinatie van diverse concrete acties samen geleid tot stabilisatie en zelfs daling van de leegstand. Diverse verbeteringen zijn bovendien gerealiseerd die het centrum aantrekkelijker maken voor winkelend- en ander publiek (stadspark, speelvoorzieningen, nieuwe openbare toiletten, nieuwe winkels, veel nieuwe horeca, nieuwe muur-schilderingen). Voor de wijkwinkelcentra geldt dit ook (oplossen leegstand veelal door pandeigenaren in samenwerking met ondernemers, gefaciliteerd door gemeente zo nodig).

Concrete acties om de gewenste structuur te krijgen (meer concentratie, verspreide bewinkeling tegengaan, met name buiten het centrum), zijn deels achterwege gebleven of hebben nog niet tot het gewenst effect geleid.

Helmond vervult ten dele een Centrumfunctie (Koopstromenonderzoek 2021):

**Bestedingen recreatief komen voor 22 % uit de directe regio** (grensgemeenten), voor 69% uit Helmond zelf en voor 8 % van elders inclusief toerisme. In benchmarkgemeenten KSO ligt herkomst recreatief uit eigen gemeente 10 % lager en ligt toevloeiing recreatief 11 % hoger.

**Bestedingen doelgericht komen voor 24% uit de directe regio** inclusief 1 % Eindhoven en 70% uit Helmond. In benchmark gemeenten liggen de percentages doelgericht herkomst uit eigen gemeente 15 % lager en toevloeiing doelgericht 15 % hoger.

**Bestedingen dagelijks komen voor 6% uit de regio** en elders en voor 96% uit Helmond. En ook hier ligt de toevloeiing in Helmond lager dan in de benchmarkgemeenten, maar een kleiner verschil. In de benchmark gemeenten liggen de percentages dagelijks herkomst uit eigen gemeente 5 % lager en toevloeiing doelgericht 6% hoger.

Daarbij speelde vanzelfsprekend ook het economische tij in de jaren 2010-2016 een rol. De retailmarkt heeft hierdoor zwaar onder druk gestaan. Pas sinds 2017 is er enig herstel zichtbaar in de retailmarkt, maar tot 2020 waren er nog steeds faillissementen. In of door de coronacrisis waren er weliswaar minder faillissementen door de Overheidssteun, maar bij de retail geldt toch veelal dat het vet op de botten is verdwenen. Ook onder de grote ketens, die nóg selectiever gaan worden in hun locatiekeuze. Naar verwachting blijft die kwetsbaarheid in de offline retailmarkt de komende jaren dan ook bestaan. De enorme toename in Online winkels en bestedingen vanwege de coronacrisis versterkt die kwetsbaarheid: gaan we terug naar fysiek? En wat het stoppen van de overheidssteun, verleend onder meer in de vorm van uitstel of tijdelijk niet heffen van belastingen tot gevolg heeft, moet gevreesd worden. En daarmee blijft dus de leegstand een aandachtspunt.



Wat opvalt is de sterke verspreide bewinkeling, die de afgelopen jaren niet minder is geworden en op onderdelen (o.a. als gevolg van toevoeging van solitaire supermarkten) nog verder is toegenomen. Juist het tegengaan van die verspreide bewinkeling biedt kansen bij het terugbrengen van het aantal winkelvierkante meters.

## 5.2 Beleid per type winkelgebied

### Evaluatie per type

In het detailhandelsbeleid van 2013 is in hoofdzaak onderscheid gemaakt in de volgende typen locaties:

- het centrum (hoofdwinkelgebied);
- de buurt- en wijkwinkelcentra;
- de perifere winkelconcentraties;
- overige verspreide bewinkeling;
- de bedrijventerreinen.

Om de doelstellingen te realiseren, is een strategie gehanteerd, waarbij enerzijds is gekozen voor een hiërarchische structuur met het centrum van Helmond aan de top en anderzijds voor een thema-gerichte insteek, waarbij verschillende gebieden ieder hun eigen thema hebben. Uitgangspunt bij deze themagerichte gebieden is dat de gebieden elkaar aanvullen en onderscheidend zijn als het gaat om samenstelling en omvang.

Uitwerking van de evaluatie is te vinden in het schema in Bijlage 14.

### Conclusie: hoofdwinkelgebied centrum nauwelijks onderscheidend vermogen

De uitwerking van dit beleid heeft geleid tot een duidelijk onderscheid tussen de doelgerichte centra, boodschappencentra en het recreatieve winkelen in het centrum. Tegelijkertijd is er tussen de verschillende winkelgebieden nauwelijks een sterk onderscheidende thematisering te onderkennen, ondanks dat het aanbod daar wel aanleiding toe geeft. De wijkwinkelcentra leunen vooral op hun functie voor het primaire verzorgingsgebieden in de dagelijkse boodschappen. Afhankelijk van het aanbod en de onderlinge concurrentie binnen het primaire verzorgingsgebied functioneren deze centra goed of minder goed. Door verschuivingen in het aanbod is het onderscheidend vermogen van het centrum, ook ten opzichte van de wijken, onder druk komen te staan. Het centrum kent een uitgebreid aanbod, maar als winkelstad onvoldoende autonome aantrekkingskracht. Zeker ook op regionaal niveau.

## 5.3 Regionaal beleid winkelgebieden

Sinds de vaststelling van het Detailhandelsbeleid 2013 zijn er op diverse andere overheidsniveaus nieuwe kaders voor detailhandel opgesteld. (Provincie Noord-Brabant: 11 richtinggevende principes (2019), Regionale detailhandelsvisie Metropoolregio Eindhoven (MDRE) (2015). Detailhandelsvisie stedelijk gebied Eindhoven [SGE] (2015) en Afsprakenkader Detailhandel in de Peel (2015). De visie van het SGE wordt in 2023 herzien.

In grote lijnen is de basis van de beleidsdocumenten van de verschillende overheidsniveaus gelijk:

- Detailhandel concentreren in bestaande winkelgebieden (ruimtelijke concentratie)
- Benoem het toekomstperspectief van winkelgebieden
- Ontwikkeling van nieuwe clusters van detailhandel wordt niet toegestaan
- Ruimte bieden voor dynamiek in ondernemerschap
- Beschouw internetwinkels (met bezoekfunctie) zoveel mogelijk als reguliere detailhandel
- Er worden in principe geen nieuwe PDV-locaties met een bovenlokale functie toegevoegd
- Ontwikkelingen met een bovenlokale impact worden (sub)regionaal afgestemd (drempelwaarden).

De uitvoering ('het hoe') van deze gezamenlijke hoofdlijnen heeft deels nog onvoldoende aandacht gekregen. Het gemeentelijk beleid dateert van eerdere datum dan de regionale en provinciale kaders, maar is nog wel consistent met het beleid van deze hogere overheden. Zo is ook een toets aan de Ladder van Duurzame verstedelijking al opgenomen in het huidige beleid.

### Advies Regionale Advies Commissie Detailhandel (RACD)

Begin 2020 heeft de gemeente het toen liggende concept-beleidsplan besproken met de leden van de RACD. De RACD gaf vervolgens op 18 maart 2020 adviezen voor aanscherping van beleid. Zie voor het integrale advies Bijlage 10.

De RACD constateerde dat Helmond te veel en een veel te verspreid winkelaanbod heeft en het nog onvoldoende duidelijk was toen hoe dit aan te pakken. Zo kwam zij tot dit algemene advies:

*“Advies van de RACD aan de gemeente Helmond is: Durf te kiezen! Durf onder ogen te zien wat er aan de hand is. Probeer scherp te stellen op hetgeen voor Helmond belangrijk is en concentreer je op de centra”  
(RACD-advies, 20 maart 2020).*

Dit algemene advies is uitgewerkt in deeladviezen:

### Centrum

De RACD is positief over de gekozen lijn voor het centrum (van winkelfunctie naar ontmoetings-functie en verkleinen van detailhandelsgebied/transformatie randen) en hoe dit binnen het centrumprogramma wordt uitgewerkt. Twee aanvullende adviezen:

Adviezen centrum:

1. Maak in het centrum nog meer verblijfsfuncties, niet alleen winkels.
2. Maak een ondernemersscan (leeftijd eigenaar, opvolging etc.) voor inzicht toekomst-perspectief ondernemers, kans op leegstand en de potentie voor verplaatsing naar betere locaties in het centrum.

Toetsingskaders 2013 (hoofdlijnen)

De RACD beaamt dat het toetsingskader van het beleid 2013 nog voldoet op hoofdlijnen.





#### Wijkcentra

In de wijken overleven waarschijnlijk vooral de food-gerelateerde zaken, voorspelt RACD. De centra met vooral non-food zijn het meest kwetsbaar. De tijd dat die ook moeten blijven vanwege leefbaarheid is voorbij.

#### Advies wijken:

1. Aantal wijkcentra verkleinen: Zet nog scherper in op slechts een beperkt aantal centrale wijkwinkel-centra met supermarkten. En voeg absoluut geen supermarkten toe, hooguit verplaatsingen. Saneer alle andere winkelstrips en hervestig zaken met perspectief in de wijkwinkelcentra.
2. Samenstelling wijkcentra verbreden: Zet in omgevingsvisie en -plan de wijkcentra “open” om clusteren van zoveel mogelijk (zorg)dienstverleners en activiteiten met aantrekkende werking mogelijk te maken voor die centra. Ofwel verbreed bestemmingen.

#### Doelgroepen:

Er is nog te weinig focus op doelgroepen en aantrekkelijkheid voor jongeren lijkt niet zo groot.

#### Adviezen doelgroepen:

1. Focus op doelgroepen, geef voorrang aan eigen inwoners en zoek verhalen waar inwoners, ondernemers (en bezoekers) trots op zijn en benut die. Bij inwoners en hun behoeften liggen volgens de RACD de meeste kansen.
2. Probeer ook jongeren te binden en te trekken (Helmonds is zowel goed te verlaten – bijvoorbeeld naar Eindhoven - als goed bereikbaar door 4 treinstations...). En pas daar het (traditionele) winkelaanbod op aan.

## 5.4 Conclusie

#### De speerpunten-beleidslijnen uit 2013 zijn nog actueel, alleen de strategie en uitvoering vragen om aandacht.

De speerpunten van het detailhandelsbeleid 2013 (beleidslijnen/kaders) in het algemeen en per type winkelgebied zijn grotendeels actueel en passend bij de opgaves die er liggen. Ook sluiten ze grotendeels aan bij het bestaande beleid van de regio en provincie. De leidende beleidskaders uit het vigerende detailhandelsbeleid (2013) hoeven dus niet herzien te worden.

Wel is er actie gewenst op de volgende onderwerpen:

#### Centrum:

De uitgangspunten voor het centrum behoeven op basis van de actuele marktomstandigheden een bijstelling. Met name de constatering uit het koopstromenonderzoek dat de regionale functie van het centrum beperkt is, leidt tot de vraag welke positie het centrum zou moeten innemen. Een nadere uitwerking van het Centrum perspectief is hiervoor wenselijk: doelgroepenfocus. Een zekere thematisering, eigenheid: die wel is ingezet sinds de coalitie van 2018-2022: *Helmond Kindvriendelijk*. Nieuw punt van aandacht, genoemd in het Ambitieakkoord 2022-2026, zoals blijkt uit het KSO 2021 en ook landelijk geconstateerd: onderzoek hoe een aantrekkelijke dichtheid van branches in het centrum te behouden bij een verdere verkleining en concentratie van het centrum. Voorts moeten we de ontwikkelingen in vastgoed en ondernemingen goed blijven volgen, met het oog op (voorkomen van) leegstand. Dit kan door regelmatig met vastgoedeigenaren te blijven overleggen. En door ontwikkelingen te signaleren via contact met centrummanagement en contacten met ondernemers in het

kader van relatiebeheer door het accountmanagement centrum van de gemeente. Een (al dan niet regelmatige) analyse op het winkelaanbod en ondernemers zoals een ondernemersscan – zoals de RACD adviseerde - vinden wij meer bij de markt liggen. Meer verblijfsfuncties toevoegen naast winkels, ook aanbevolen door RACD, is lopend centrumbeleid.

#### Toekomstperspectief wijkwinkelcentra:

Actualisatie is ook aan de orde voor het toekomstperspectief van de wijkwinkelcentra. Een update aan de hand van de actuele omstandigheden leidt tot een duidelijk beeld van de opgaven per winkelgebied.

Nieuw sinds 2021-2022 is dat er in enkele wijkwinkelcentra behoefte komt aan concentratiebeleid, vooral in de lintvormige centra, vanwege ook hier een verder teruglopende vraag naar fysieke dagelijkse en non-food winkels. Voor een deel kon en kan leegstand door vergroting supermarkten worden gevuld, maar niet alles. Voor het centrum is er wel al concreet concentratiebeleid (Centrum perspectief 2030/Centrum+) en Bestemmingsplan Centrum (uit 2022).

De RACD zegt hierover: cluster scherper in wijkwinkelcentra, bouw de andere strips écht af, met desnoods hervestiging van enkele toekomstbestendige winkels in die centra. Tot slot is verbreding van functies ook een manier om ze vitaal te houden als centrale voorzieningsplekken in de wijken.

#### Supermarkten:

Er is steeds meer sprake van een verdringingsmarkt. Dit leidt tot stevige concurrentie. Het is enerzijds de opgave de groei op de juiste plaats te faciliteren en anderzijds solitaire ontwikkelingen te beperken. Géén nieuws supers toevoegen (RACD, Seinpost), behalve een city-store formule centrum als dit de concurrentiepositie van omliggende supermarkten niet verstoort (Seinpost, 2020; Detailhandelsvisie Stedelijk Gebied Eindhoven (2015).

#### Verspreide bewinkeling, helemaal buiten winkelcentra:

Zowel de regionale beleidskaders, als onze eigen analyses (Factsheet Detailhandel 2021, op basis van Locatus) als de koopstromenonderzoeken 2017 en 2021 áls RACD constateren een overaanbod hiervan. Concentratie/hervestiging in de wijkwinkelcentra is te overwegen en daarmee de leegstand tegen te gaan.

De bovenstaande punten vragen om een aanscherping binnen de bestaande beleidskaders van het detailhandelsbeleid 2013. Er is behoefte aan een duidelijk toetsingskader en daarnaast vooral aan acties om de detailhandelsstructuur vitaal te houden. In de volgende hoofdstukken is dit nader uitgewerkt. Waarbij de concrete acties in een apart Adaptief Actieplan worden opgenomen, voorzien van planning, capaciteit en middelen.

## 6. Strategisch kader detailhandelsbeleid 2023 -2030

### 6.1 Visie en ambitie 2030

*Winkelen, ontmoeten en wonen in Helmond centrum: een kloppend stadshart.*

Helmond centrum vormt in 2035 hét kloppende oostelijke hart van het stedelijk gebied Eindhoven-Helmond in de Brainport. Het biedt voor haar inwoners een gevarieerd, duurzaam en modern recreatief en doelgericht winkelaanbod, aantrekkelijk ook voor jongeren en kinderen, in combinatie met andere stedelijke ontmoetingsfuncties zoals de weekmarkt en horeca en functies op het gebied van cultuur en vrije tijd, ondersteund door eigentijdse faciliteiten.

Het kwalitatieve en eigentijdse, ook dagelijkse, winkelaanbod in het centrum is ook afgestemd op alle nieuwe bewoners die zich in de centrumzone hebben gevestigd vanaf 2023, toen de eerste grote aantallen nieuwe woningen in de centrumzone gereed kwamen. De buitenruimte is groen, speels en klimaatbestendig ingericht hetgeen tot langer prettig winkelen, recreëren én tot fijn wonen uitnodigt. En hiermee is het stedelijk (winkel en ander) aanbod in Helmond centrum ook aantrekkelijker geworden voor inwoners van de omliggende Peelgemeenten, complementair aan aanbod in hun eigen gemeenten.

*Boodschappen doen en elkaar ontmoeten in vitale Helmondse wijkcentra.*

Het winkelaanbod buiten het centrum is geconcentreerd in de acht wijk(winkel)centra (Brouwhorst, Straakven, De Bus, Combicentrum Mierloseweg, Hoofstraat 't Hout, Heistraat-Binnenstad-Oost, Dorpsstraat Stiphout en De Plaetse), die samen met het centrum en de perifere detailhandelslocaties Engelseweg en omgeving en Autoboulevard Varendschut de hoofwinkelstructuur vormen. Ondersteund door enkele supermarktcentra/ buurtsteunpunten. Zij bieden vooral dagelijks winkelaanbod aangevuld met andere – liefst gelijktijdig geopende - publieks-aantrekkende functies passend bij het karakter van de woonwijk. Supermarkten van moderne omvang vormen de trekkers van die acht centra en het verspreide winkelaanbod buiten die centra is teruggebracht. Zo zijn de wijkwinkelcentra dé ontmoetingsplek voor de inwoners in hun eigen buurt.

*Winkelboulevard Engelseweg en omgeving: lokaal en regionaal verzorgend winkelcentrum voor grootschalige detailhandel en Autoboulevard Varendschut voor autoverkoop.*

De Engelseweg en omgeving is nog steeds het lokaal én regionaal (vooral voor de omliggende Peelgemeenten) verzorgende winkelcentrum voor grootschalige woonwinkels en gelijksoortige winkels voor in en om het huis en tuincentra in Helmond. Daarnaast biedt Autoboulevard Varendschut ruimte voor autoverkoop. Vrijkomende panden als gevolg van teruglopende vraag, vanwege de trend dat dealers verkoop centraliseren in showrooms in Eindhoven, zijn weer bedrijfsterrein en geen alternatieve grootschalige detailhandel met publieksfunctie geworden. Want die is geconcentreerd op de Engelseweg en omgeving.

### 6.2 Speerpunten

Om bovenstaande ambitie te bereiken kunnen we de meeste speerpunten uit 2013 nog steeds hanteren, zo bleek uit de evaluatie en analyse van ontwikkelingen, maar moeten we die vertalen in concrete actuele doelen en voorzien van bijbehorende acties in een adaptief actieplan. Dit moet de kans op het behalen van concrete resultaten vergroten. Onvoorziene marktontwikkelingen en conjunctuurschommelingen kunnen het al dan niet (geheel) behalen van resultaten uiteraard ook beïnvloeden.

We hanteren voor de periode 2023-2030 de volgende speerpunten:

#### 1. Faciliteren van de dynamiek binnen de detailhandel.

Binnen de detailhandelswereld volgen de ontwikkelingen elkaar snel op. Nieuwe winkelformules worden gelanceerd en nieuwe winkelconcepten geïntroduceerd. Helmond wil de ondernemers faciliteren om in te spelen op deze ontwikkelingen, waarbij het uitgangspunt is dat kwaliteit boven kwantiteit gaat. Het is van groot belang dat de vernieuwing op de juiste plek binnen de detailhandelsstructuur plaatsvindt.

#### 2. Koopgedrag hanteren als leidraad voor positionering

In toenemende mate speelt de detailhandel in op het type koopgedrag van de steeds diffuser wordende groep consumenten. Bij dit gedrag spelen aspecten mee als het aan te schaffen artikel, de eisen die gesteld worden aan het bezoek en de kenmerken van de aankoopplaats (aanbod en verblijfsklimaat) en het alternatief: online kopen. Bij de bepaling van de gewenste winkelstructuur moeten we rekening houden met het koopgedrag. Wel zal er in winkelcentra vrijwel altijd sprake zal zijn van gerichtheid op een combinatie van soorten aankoopgedrag. Het gaat daarom om de nadruk op een bepaald type koopgedrag.

Dit zijn de belangrijkste soorten koopgedrag:

- **Recreatief winkelen:** Bij recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en worden geprikkeld (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselende frequentie gedaan en men is bereid een grotere afstand af te leggen.
- **Doelgerichte laagfrequente aankopen doen:** De consument is doelgericht op zoek naar een bepaald type product en gaat hiervoor doelgericht naar een bepaalde winkel of winkelgebied, en combineert het bezoek liever niet met bijvoorbeeld boodschappen doen of recreatief winkelen.
- **Boodschappen doen:** Het gaat hier om de aankopen van de consument voor de dagelijkse behoeften. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving omdat men hiervoor bij voorkeur niet te grote afstanden aflegt.

#### 4. Stimuleren van ruimtelijke concentratie

Concentratie, dat wil zeggen clustering van winkels, biedt een meerwaarde voor zowel de betreffende bedrijven als voor de consumenten. De bedrijven kunnen profiteren van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en gemeenschappelijke faciliteiten. De consument heeft het voordeel van gemak, overzichtelijkheid en veel keuzemogelijkheden. Clustering resulteert daarom in meer bezoekers en daarmee ook meer draagvlak voor verbreding en verdieping van het totale assortiment. Concentratie draagt ook bij aan het beperken van het aantal verkeersbewegingen. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen dienen daarom zoveel mogelijk plaats te vinden binnen bestaande concentratiegebieden. Ontwikkelingen daarbuiten worden in principe niet toegestaan, tenzij deze een aantoonbare meerwaarde leveren voor de verzorgingsstructuur.



## 5. Verminderen verspreide bewinkeling buiten de winkelcentra

Helmond heeft al sinds jaar en dag verspreide bewinkeling. Het beleid om de verspreide bewinkeling te verminderen wordt verder voortgezet. Eventueel kan dit via verplaatsing van verspreide bewinkeling naar een bestaande winkelconcentratie. Doel is om winkels zoveel mogelijk te concentreren. Maar dit betekent niet dat verspreide bewinkeling helemaal dient te verdwijnen. Deze bewinkeling heeft in een aantal gevallen wel degelijk een functie. In woonwijken kan verspreide bewinkeling bijdragen aan de levendigheid en veiligheid van de wijk. Ook bieden deze locaties soms mogelijkheden voor startende ondernemers of voor bedrijven die met hoge huisvestingslasten moeilijk of niet zouden kunnen functioneren. Ook zijn het soms branches die niet goed passen in een winkelgebied zoals een tuincentrum. Maar voor branches op verspreide locaties die wel goed passen in een winkelgebied, kán verplaatsen daar naar toe een optie zijn en zo mogelijk doorhalen van de detailhandelsbestemming. En leegstand op die plekken is minder een probleem dan in een winkelgebied. Immers: voor een solitair pand is de noodzaak om hier weer een winkel in te krijgen vrijwel nihil. Bovendien zal dit pand makkelijker omgebouwd kunnen worden naar een andere niet-detailhandelsbestemming (Blog Locatus, mei 2018).

## 6. Schaalvergroting op de juiste plek faciliteren

Schaalvergroting zorgt voor dynamiek in de detailhandel. Sommige grootschalige winkels trekken veel publiek, niet alleen uit de eigen plaats, maar ook uit de regio. Ze kunnen hierdoor een positief effect hebben op het functioneren van winkelgebieden als geheel. De warenhuizen in binnensteden zijn hier een voorbeeld van. Bij andere soorten grootschalige zaken is dit positieve effect veel minder (bijvoorbeeld bouwmarkten of tuincentra). Tussen de verschillende soorten grootschalige winkels bestaan dus grote verschillen in effecten op de structuur als geheel. Het is daarom noodzakelijk om grootschalige winkels zorgvuldig ruimtelijk in te passen in de gewenste verzorgingsstructuur. Hierbij vormen aspecten als branche en bezoekersintensiteit belangrijke afwegingscriteria.

## 7. Leegstand tegengaan

Om de aantrekkelijkheid van de bestaande winkelgebieden te behouden, is het zaak om de leegstaande ruimten zoveel mogelijk te beperken. Daarom moet bij nieuwe detailhandelontwikkelingen rekening worden gehouden met de huidige leegstand en de mogelijkheden tot herstructurering of transformatie van bestaand leegstaand winkelvastgoed. Als een pand leeg komt, moet actie worden ondernomen om het pand qua uitstraling zo optimaal mogelijk te laten zijn (etalage vullen, pop-up stores etc.). Daarmee kan de uitstraling van het pand en van het winkelgebied, waar het pand deel van uitmaakt, zoveel mogelijk worden behouden. Sommige leegstaande winkelpanden liggen op locaties waar geen andere winkelpanden naast of in de buurt staan (zogenaamde solitaire locaties) en waarvoor het toekomstperspectief ontbreekt. In zo'n geval wordt actief ingezet op transformatie zo mogelijk in combinatie met het doorhalen van de detailhandelsbestemming.

## 6.3 Doelen 2030

1. Faciliteren van de dynamiek in de detailhandel en specifieke projecten gericht op vermindering leegstand hebben ertoe geleid dat de leegstand in verkooppunten (detailhandel en niet-detailhandel) in Helmond centrum is gedaald ten opzichte van 2021 (2021: 14 %) en zo mogelijk niet meer hoger is dan het percentage voor Helmond totaal.
2. De kwaliteit van het winkelaanbod wordt vaker genoemd als motief om Helmond centrum te bezoeken in het Koopstromenonderzoek dan in 2021 (2021: 24%), zo mogelijk net zo vaak als in de Benchmark-gemeenten (2021: 27%).
3. Het percentage inwoners dat hun recreatieve fysieke aankopen doet in Helmond centrum is gestegen ten opzichte van 2021 (2021: 31 %): een grotere binding.
4. Het aandeel dagelijks aanbod (in %) in Helmond centrum is gestegen ten opzichte van 2021 (2021: 23 verkooppunten en 3000 m<sup>2</sup>) naar zo mogelijk het niveau van vergelijkbare centra en kwalitatief: toegenomen met zo mogelijk 1 of meer onderscheidende city-concepten.
5. Het aandeel (aantal winkels en omvang winkelverkoopvloeroppervlak) verspreide winkels ten opzichte van winkels in winkelgebieden is teruggebracht ten opzichte van 2021 (2021: 23% verspreid aantal winkels en 26 % verspreid aanbod verkoopvloeroppervlakte).
6. Er zijn geen nieuwe supermarkten bij gekomen buiten de winkelgebieden ten opzichte van 2020 (2020: 7 buiten de winkelgebieden – Seinpost, 2020).
7. Bestaande supermarkten binnen de 8 wijkwinkelcentra hebben hun winkel geoptimaliseerd voor zover gewenst en dat binnen het winkelcentrum past (maatwerk).

## 6.4 Uitwerking strategie Centrum

### Van winkelen naar totale centrumbeleving

Consumenten oriënteren zich meer en meer op lokale centra (voor dagelijkse inkopen) en grote/bijzondere centra met veel aanbod en sfeer. Binnen deze twee 'uitersten' hebben vooral de middelgrote steden, waar Helmond ook toebehoort, het moeilijk. Dit heeft mede tot gevolg dat ook andere functies zoals horeca, leisure en cultuur opkomen in winkelcentra. Daarnaast komen baliefuncties terug naar de centra en is het voor meerdere doelgroepen steeds interessanter om in of rondom het centrum te wonen. Deze functies vervangen deels winkels, maar voegen ook waarde en bezoekmotieven toe.

### Beleidskaders:

*Centrumperspectief Helmond 2030 (2017) en Centrum+ (2021): centrale ontmoetingsplek*

“Het centrum is in 2030 weer dé centrale ontmoetingsplek voor alle inwoners van Helmond en van de regio. Een leefbaar en economisch gezond en krachtig centrum met een eigen identiteit”



*Economische Visie Helmond 2030 (2022) en Schaalsprong Helmond 2040: het aanbod leisure/beleveniseconomie loopt wel achter.* Detailhandel komt aan bod binnen voorzieningenniveau. “Geconcludeerd kan worden dat Helmond goed scoort op de dagelijkse voorzieningen. Er zijn nu al (...) meer grote supermarkten en winkels voor overige dagelijkse artikelen (...) dan verwacht op basis van de huidige omvang van Helmond”. Het aanbod leisure/belevenis-economie loopt wel achter, zeker als het aantal inwoners gaat groeien.

*Coalitieakkoord Helmond 2018-2022: onderscheidend centrum*

Aangezien het huidige college voortbouwt op keuzes uit het vorige - volgens het Ambitieakkoord 2022-2026 - noemen we hetgeen over het centrumaanbod stond in het coalitieakkoord 2018-2022:

“Als middelgrote stad, dichtbij Eindhoven gelegen, moet Helmond snel anticiperen om aantrekkelijk te blijven voor bezoekers van buurgemeenten en daarbuiten. Alleen met een onderscheidend centrum, een gevarieerd aanbod in sport en cultuur en klein- en grootschalige evenementen zijn we in staat mensen naar ons toe te trekken.”

*Ambitieakkoord gemeente Helmond 2022-2026: gevarieerd winkelaanbod*

“We hechten aan een gevarieerd winkelaanbod, met veel Helmondse colour locale. We gaan zoeken naar mogelijkheden om daar vanuit de gemeente meer sturing aan te geven (zoals branchering).” Hier staat niet specifiek centrum bij, dit geldt in het algemeen.

*Koopstromenonderzoek MRE 2017: focus op koopkrachtbinding*

Conclusie was toen: “Het beeld van Helmond als zwakke kern wordt versterkt. De prestatie van de detailhandel is negatief, de leegstandscijfers zijn (te) hoog, de binding van de bestedingen is (te) laag en de toevloeiing compenseert dit niet. Dit is een opeenstapeling van negatieve uitkomsten zeker ook ten opzichte van de omliggende kernen. Helmond dient rigoureuze keuzes te maken voor haar toekomst. Alle drempels voor bezoek zullen weggenomen moeten worden en het aanbod teruggebracht naar het niveau van de bestedingen. Wat is de plek voor Helmond in de regio?”

Advies:

1. Focus op eigen inwoners
2. Zoek naar onderscheidend vermogen door thematisering (afstemming met regio)
3. Zet in op clustering en het verminderen van het aantal winkelvierkante meters

*Koopstromenonderzoek Noord-Brabant 2021: compact winkelhart met gevarieerd aanbod*

De belangrijkste opgaven zoals onderscheiden in dit KSO – adviezen voor Helmond afzonderlijk zijn niet gegeven - voor alle gemeenten in dit KSO, is deels vergelijkbaar met KSO 2017 en met de al beschreven regionale kaders:

De belangrijkste opgaven voor alle onderzochte gemeenten volgens het KSO 2021:

1. Nieuwe functiemix met compact winkelhart
2. Profiel bepalen: efficiënt winkelen versus beleven en verblijven
3. Investeren in centrumgebieden, saneren plancapaciteit daarbuiten. Focus op de eigen inwoners, ofwel koopkrachtbinding, staat hier niet specifiek. En de meest gegeven tip van inwoners over centrum Helmond is: “Meer variatie in winkelaanbod.”

**Strategie centrum: sterk compact gevarieerd kernwinkelgebied en inzet op totale centrumbeleving**

Voor het centrum zijn de volgende hoofdpunten voor de strategie te benoemen:

- **Ontwikkelen van onderscheidend vermogen:** het Centrum perspectief Helmond 2030 biedt duidelijke kaders voor de centrumontwikkeling de komende jaren. Er wordt ingezet op een compacte kern, met een levendige schil waar ruimte is voor wonen, lichte bedrijvigheid/ambachten, centrumvoorzieningen, recreatie, cultuur en leisure. De positionering van het centrum (Centrum Plus) verdient een nadere uitwerking op basis van het Helmondse DNA. Dat moet meer duidelijk maken wat het bezoekmotief en verhaal van Helmond Centrum is. Daarvoor is ook onderzoek nodig naar de huidige en potentiële doelgroepen en het DNA. Dat zijn de bouwstenen van de positionering, die vervolgens ook regionale afstemming behoeft.
- **Focus op kernzone en toevoegen van trekkers** (evt. lichte toename van m<sup>2</sup>) in de kernzone. Nieuwe winkelinitiatieven concentreren zich in de kernzone en/of op de Steenweg. Versterken van winkelcircuit en winkelronde. Piet Blomplein en omgeving spelen daarbij een cruciale rol, als spil tussen het Burgemeester Geukerspark en het winkel- en horecaconcentratiegebied.
- **Stimulering van transformatie mengzones (bijzonder lokaal aanbod).** Mengzones moeten zich onderscheiden in de mix van wonen, ambachten, dienstverlening, cultuur en (ondersteunende) daghoreca.
- **Stimulering van grotere variatie in het centrumwinkelaanbod:** Meer variatie is een tip van veel inwoners, staat in het Ambitieakkoord 2022-2026 van het college en is ook landelijk als aandachtspunt genoemd (ondergrens van branchedichtheid behouden). Zo moet het aanbod na realisering van een kleiner kernwinkelgebied (de kernzone), aantrekkelijk genoeg blijven om zo nog meer afvloeiing (fysiek-online) tegen te gaan. Dit is een opgave voor eigenaren, aanbieders, centrummanagement en gemeente.
- **Inzet op programmering:** het centrum is meer dan alleen detailhandel. Winkels hebben (rand)programmering nodig om voldoende bezoekersstromen te genereren. Er wordt daarom al ingezet op een jaarronde programmering van evenementen, cultuur en leisure en er wordt gezocht naar cross-overs met onder meer Automotive (‘etalage’ voor innovatie en bieden van comfortabele en ‘slimme’ parkeer- en mobiliteitsoplossingen).

## 6.5 Uitwerking strategie wijkwinkelgebieden en supermarkten

**Brede beoordeling van perspectief**

De marktomstandigheden zijn sinds 2013 sterk veranderd: zowel vraag als aanbod kennen een grote dynamiek. Om die reden is het zaak de vinger aan de pols te houden. In het Detailhandelsbeleid uit 2013 zijn de winkelcentra beoordeeld op hun toekomstperspectief. Hierbij werd de aanwezigheid van een moderne full-service of discountsupermarkt als een minimum randvoorwaarde voor een toekomstbestendig winkelcentrum gehanteerd. Dat is een goed vertrekpunt, maar er zijn uiteraard meer factoren die van invloed zijn op de toekomstbestendigheid van een winkelcentrum. Deze factoren hebben we nu meegenomen in de uitvoering van een toekomstbestendigheidstoets. Deze toets op basis van kwantitatieve en objectieve gegevens is uitgevoerd door Bureau RMC. Later is dit aangevuld met meer kwalitatieve aspecten op basis van praktijkervaringen, input van wijkmanagement, wijkschouwen en gesprekken met ondernemers. In augustus 2022 heeft de wijkmanager samen met de accountmanager wijkeconomie van de gemeente een update van de wijkschouw uitgevoerd en is ook de RMC-toets geüpdatet. Zo ontstaat een breed zicht op het toekomstperspectief. Zie bijlage 11 voor de ingrediënten die hebben geleid tot de resultaten van de brede beoordeling van het perspectief van de wijkcentra, stand 2018 en een update in 2022.



### Resultaten toekomstbestendigheidstoets: veel centra met aandachtspunten

De resultaten leiden tot winkelgebieden met een beperkt of goed toekomstperspectief. Op basis van alle gegevens is er ook een categorie toegevoegd waarbij er wel perspectief is, maar er ook (veel) aandachtspunten zijn. Met name op deze categorie zal de uiteindelijke actieagenda zich richten.

Tabel 7: Samenvatting resultaten RMC Toekomstbestendigheidstoets (kwantitatieve analyse 2018 en update 2022) + Schouw (kwalitatieve analyse 2018 en update 2022)

Beperkt toekomstperspectief	Voldoende toekomstperspectief, maar (veel) aandachtspunten	Goed toekomstperspectief
Lucas Galerij	Azalealaan (afhankelijk van supermarkt)	Deltaweg (solitaire supermarkt)
Vondellaan	Combicentrum	Brouwhorst
	De Plaetse	De Bus
	Dierdonk (solitaire supermarkt)	Hoofdstraat 't Hout
	Dorpsstraat Stiphout	Straakven
	Heistraat	Torenstraat (supermarktcentrum)
	Suytkade (solitaire supermarkt)	
	Rijpelberg (solitaire supermarkt)	

### Algemene strategie wijkwinkelcentra: inzet op 8 wijkwinkelcentra

Naast de toekomstbestendigheidstoets is gekeken naar het verzorgingsgebied van de verschillende wijkwinkelcentra. Nabijheid van voorzieningen is voor inwoners immers belangrijk voor de leefbaarheid en de woonaantrekkelijkheid. Daarom is het gewenst dat iedere wijk op korte afstand (circa 5 tot 10 minuten lopen of fietsen) in ieder geval de dagelijkse winkelvoorzieningen kan aantreffen. Hiermee kan ook gekomen worden tot een hoofdstructuur aan 8 wijkwinkelcentra en een aantal buurtsteunpunten/supermarktcentra. Ieder wijkwinkelcentrum heeft een primair verzorgingsgebied. Andersom geredeneerd: iedere wijk heeft een primair wijkwinkelcentrum/wijksteunpunt met de grootste aantrekkingskracht (voor dagelijkse boodschappen) en daardoor ook de hoogste economische vitaliteit. Het is zaak in ieder geval deze hoofdstructuur aan wijkwinkelcentra en ondersteunende buurtsteunpunten/supermarktcentra vast te houden en bij voorkeur deze 8 wijkwinkelcentra verder te ontwikkelen. Tabel 8 geeft een overzicht.

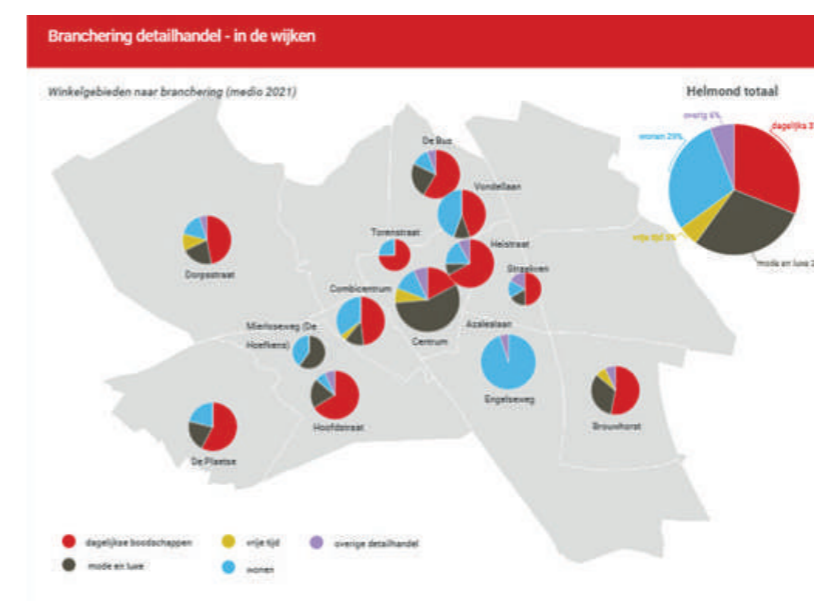
De acht met “\*\*” aangeduide wijkwinkelcentra vormen - samen met het hoofdwinkelcentrum - de wijkwinkelcentra van de Hoofdwinkelstructuur. De overige zijn (al dan niet 100 %) supermarktcentra of buurtsteunpunten, voor die wijken primaire voorzieningen.

Tabel 8: Structuur dagelijks aanbod wijken

Wijk	Primaire voorziening	Secundaire voorziening
Binnenstad: Leonardus, Heipoort, Vossenberg	Heistraat*	Torenstraat / Dijksestraat-Vondellaan
Helmond-Oost	Straakven*	Azalealaan
Helmond-Noord	De Bus*	Dijksestraat-Vondellaan / Heistraat
't Hout	Hoofdstraat*	Mierlo (Geldrop-Mierlo)
Brouwhuis	Brouwhorst*	Deltaweg (solitaire super)
Helmond-West	Combicentrum*	Hoofdstraat-Mierloseweg
Warande	Torenstraat	Dorpsstraat Stiphout/Combicentrum
Stiphout	Dorpsstraat Stiphout*	Torenstraat / Hoofdstraat
Rijpelberg	Wederhof	Brouwhorst / Deltaweg (solitaire super)
Dierdonk	Dierdonkpark (solitaire super)	De Bus
Brandevoort	De Plaetse*	Mierlo (Geldrop-Mierlo)
Binnenstad: Annabuurt/Suytkade	Taftstraat (solitaire super)	Azalealaan / Torenstraat

Figuur 16 laat de winkelstructuur in de stad zien inclusief branchering en inclusief de (perifere) winkelconcentratie grootschalige winkels op de Winkelboulevard Engelseweg en omgeving, Mierloseweg-De Hoefkens, Vondellaan en de Azalealaan behoren niet tot de hoofdwinkelstructuur. De Torenstraat is een supermarktcentrum.

Figuur 16 Structuur winkelgebieden inclusief branchering 2021



Bron: Gemeente Helmond, Factsheet detailhandel Helmond 2021.



Het toekomstperspectief is een optelsom van verschillende factoren. Ieder (wijk)winkelcentrum heeft haar eigen kenmerken en uitdagingen. De maatregelen om het toekomstperspectief te verbeteren zijn dan ook overal anders.

#### **Strategie winkelgebieden op hoofdlijnen:**

- A. Winkelgebieden met beperkt toekomstperspectief: geen uitbreidingen, onderzoek naar transformatie naar andere functies, waar onder ook wonen (op termijn)
- B. Winkelgebieden met toekomstperspectief met (veel) aandachtspunten: geen uitbreidingen en focus op kwaliteitsverbetering. Daarnaast inzetten op verbetering van de knelpunten door opstellen van een actieplan in samenspraak met ondernemers en eigenaren.
- C. Winkelgebieden met goed toekomstperspectief: vasthouden van het aanbod, waar mogelijk stimuleren van clusteren van verspreid/solitair aanbod binnen deze centra, mogelijkheden voor (beperkte) uitbreidingen.

Strategie is in het algemeen om de hoofdstructuur van 8 wijkwinkelcentra te versterken en waar mogelijk verspreide winkels hier te clusteren. Bestaande supermarktcentra / buurtsteunpunten zijn hieraan - mits toekomstbestendig - ondersteunend, maar worden niet verder uitgebreid.

#### **Strategie supermarkten: focus op bestaande hoofdstructuur en duurzame instandhouding**

Bureau Seinpost heeft de Helmondse structuur nader onderzocht en deze strategie is mede hieraan ontleend (Seinpost: Marktperspectief Supermarkten Helmond 2020).

#### **Geén nieuwe supermarkten buiten de bestaande hoofdstructuur van hoofdwinkelgebied in het centrum en acht wijkwinkelcentra:**

Supermarkten blijven een essentieel onderdeel van elk perspectiefvol cluster. Aan initiatieven voor supermarkten op nieuwe locaties buiten de structuur (centrum en de 8 bestaande wijkwinkelcentra) zal geen medewerking worden verleend.

Dit vanwege de impact op de bestaande centra, zowel kwantitatief als kwalitatief.

Derhalve:

- a. Om ontwrichting en leegstand tegen te gaan en het woon-, leef- en ondernemersklimaat te stimuleren wordt er voor wat betreft ligging supermarkten óók prioriteit gelegd bij de acht wijkwinkelcentra en het hoofdwinkelgebied. De ruimtelijk relevante criteria Omvang en uitstraling, Afstand, Keuze, Verkeer en Parkeren liggen ten grondslag aan de keuze. Enkele service-supermarkten in de acht wijkwinkelcentra ondervinden ruimtelijke knelpunten. Bestaande supermarkten daar krijgen meer ruimte om zich kwalitatief te kunnen versterken: met meer service en gemak, bredere gangpaden e.d. Dergelijke ingrepen in bestaand stedelijk gebied zijn lastige ruimtelijke opgaven. Daardoor wordt niet verwacht dat de distributieve ruimte snel overschreden wordt.

- b. Buiten de winkelgebieden wordt de maximale omvang van bestaande supermarkten begrensd op 1250 m2 bruto vloeroppervlakte. Voor de locaties buiten de winkelgebieden worden bestaande supermarkten vanaf een minimale omvang begrensd. Onder een minimale omvang van 1.250 m2 bruto vloeroppervlakte gaan de beperkingen niet verder dan nodig. Tot dat metrage blijft dynamiek mogelijk voor gespecialiseerde supermarkten. Voor reguliere service-supermarkten of een discount-supermarkt is zo'n metrage te klein. Boven die norm worden de bestaande supermarkten buiten het hoofdwinkelgebied en de acht wijkwinkelcentra planologisch begrensd. Uitbreiding daar kan alleen via aanvragen van een vrijstelling en mits onderbouwd met de kwantitatieve en kwalitatieve behoeften en de effecten op de gewenste detailhandelsstructuur en leegstand.

- c. De inpassingsmogelijkheden van een citystore worden nader uitgewerkt in de versterking van het hoofdwinkelgebied.

#### **Inzet op duurzame instandhouding:**

Daar waar nodig wordt in wijkwinkelcentra uitbreiding ten behoeve van de duurzame instandhouding mogelijk gemaakt, mits dit geen marktverstoring oplevert (distributie planologisch onderbouwd) en het ruimtelijk inpasbaar en aanvaardbaar is.

Toch is niet overal de supermarkt te behouden. Soms is er te beperkt draagvlak. Door de relatief hoge supermarktdichtheid blijft het verzorgingsniveau in de meeste gevallen voldoende.

#### **Megasupermarkten**

De beleidsuitgangspunten uit 2013 zijn actueel. Dat betekent dat er, zeker op basis van de huidige marktomstandigheden, het toevoegen van een megasupermarkt (> 3.500 m<sup>2</sup> bvo) niet wenselijk is.

#### **Strategie aanpak leegstand in wijkwinkelcentra**

Bredere bestemmingen, ten behoeve van ook andere publieksaantrekkelijke functies met gelijksoortige openingstijden als winkels, deels compacter maken van met name lintvormige winkelcentra, alle overige strips saneren en hervestigen resterende detailhandel als mogelijk in wijkwinkelcentra.

#### **Strategie onderzoek grotere variëteit winkelaanbod**

Onderzoek nader te plannen in het actieplan hoe/of (een vorm van) branchering ingezet kan en moet worden om grotere variatie winkelaanbod in het centrum en zo nodig in de wijkcentra te verkrijgen.

#### **Strategie Darkstores/magazijnen voor flitsbezorging niet in winkelgebieden**

Net zoals de gemeente Den Haag is het de overtuiging dat magazijnen voor flitsbezorging – vaak gesloten donkere puien en vaak fietsoverlast eromheen - niet bijdragen aan de aantrekkelijkheid van winkelgebieden, in ieder geval niet aan de voorkant/publiekszijde. Zij horen daar dus niet thuis.

Waar zou het dan wel kunnen? Eerder aan de rand van wijken al dan niet op kleinere bedrijventerreinen in de nabijheid van woonwijken, vergelijkbaar met internetwinkels zonder afhalen? Dit per vestiging afzonderlijk te beoordelen (maatwerk).



### Strategie duurzaam ondernemen en klimaat

Duurzaam ondernemen is ook een thema voor de detailhandel in het centrum, de wijken en de winkel- en autoboulevard: ondernemers en vastgoedeigenaren. De warmere zomers en de gestegen energieprijzen in 2022 onderstrepen het belang van dit thema. In de Visie Duurzaam ondernemen Helmond (2019) is ook het (kleine) MKB in centrum en wijken als doelgroep benoemd. In het actieplan bij deze visie waren acties zoals voorlichting MKB gepland, in samenspraak met centrum, wijk en parkmanagement. Bezien kan worden of nieuwe impulsen nodig zijn.

### Strategie arbeidsmarkt

Ontwikkelingen op de arbeidsmarkt zijn ook voor de retailsector van belang. Zo speelt het actuele personeelstekort in 2022 ondernemers parten. Daarnaast is toenemende vergrijzing ook een factor voor deze sector, zoals bij ontwikkelingen benoemd. Is er opvolging? Deze thema's zijn bij ontwikkelingen benoemd. In het actieplan worden zo nodig acties gepland voor de actuele en meer structurele thema's arbeidsmarkt voor de retail in Helmond, aansluitend op de kaders van nieuw regionaal arbeidsmarktbeleid (begin 2023).

**Nadere toelichting perspectief en ontwikkelingsrichting winkelgebieden Helmond inclusief supermarkten (ten behoeve van toetsing)**

### Hoofdwinkelgebied

*Type koopgedrag: focus op recreatief winkelen*

*Supermarkt omvang: max. 800 m<sup>2</sup> brutovloeroppervlak (bvo)*

#### Helmond - Binnenstad: Centrum (inclusief Steenweg)

- Perspectief: goed
- Ontwikkelrichting: versterken inclusief aandacht voor voldoende branchedichtheid/variëteit van soorten winkels en mogelijkheden van een vorm van branchering daarom nader onderzoeken
- Toelichting: ontwikkelingen dienen bij te dragen aan een compact en hoogwaardig centrumgebied. Focus op kernzone, met een verrassend en onderscheidend aanbod in de mengzones (zie ook Centraperspectief Helmond 2030). Indien dit ruimtelijk, functioneel of bedrijfseconomisch niet mogelijk is, zijn maatwerkoplossingen mogelijk.
- Supermarkt: toevoegen van een city-store (voor een supermarkt is in 2022 als omvang max. 800 m<sup>2</sup> bvo vastgelegd in Bestemmingsplan Centrum III, voor de bestemmingen "centrum", "centrum-1" en "centrum -2"). Een city-store in de kernzone met een onderscheidend concept ten opzichte van bestaande supermarkten in Helmond [een dagelijks-recreatief concept waarin vers, beleving en gemak centraal staan], inspelend op nieuwe behoeften en andere doelgroepen en in afstemming met AH-XL zou een welkome aanvulling kunnen zijn. Locatievoorwaarden af te stemmen op het concept (bereikbaarheid, fiets-autoparkeren en passanten). Te denken valt aan Piet Blomplein om daarmee een nieuwe voorkant van het noordelijk centrumgebied te creëren.

### Wijkwinkelcentra

*Type koopgedrag: focus op dagelijks aanbod met aanvullend niet-dagelijks aanbod*

*Supermarkt omvang: maatwerk afhankelijk van ruimtelijke inpassingsmogelijkheden*

#### Brouwhorst – Brouwhuis

- Perspectief: goed, hoewel enige leegstand dreigt (2022)
- Ontwikkelrichting: stabilisatie/consolidatie
- Toelichting: met kleinschalige uitbreidingen (incl. modernisering supermarkten) die de functie van het centrum bevorderen dient soepel te worden omgegaan. Door gebrek aan (parkeer) ruimte is dat wel wat lastig.

#### Combicentrum – Helmond-West

- Perspectief: redelijk, veel aandachtspunten
- Ontwikkelrichting: versterken
- Toelichting: mogelijk verder concentreren van winkels tot de kern van het gebied en bezien welke eventuele planologische verbreding van functies bij toenemende leegstand binnen de kern van het winkelcentrum het bestaande winkelaanbod kunnen aanvullen en versterken of in ieder geval niet verstoren (denk aan publieksfuncties met gelijke openingsuren, soort voorziening etc.)
- Supermarkt is al gemoderniseerd met prima parkeervoorzieningen en nieuwe ingang, geen verdere uitbreiding. Deze gaat een volwaardige functie voor de wijk vervullen, voor een complementaire supermarkt kunnen bewoners naar omliggende wijken.

#### De Bus – Helmond-Noord

- Perspectief: goed
- Ontwikkelrichting: stabilisatie
- Toelichting: behoud van sterke concentratie en primair winkelgebied Helmond-Noord. Focus op dagelijks aanbod
- Supermarkt is al uitgebreid met bijtrekking twee leegstaande winkelunits. Het aanbod niet-dagelijks is kwetsbaar. Mogelijk dat nog meer leegstaande of leeg komende units zo door een supermarkt gebruikt kunnen worden. Toevoeging supermarktmeters gaat met name ten koste van bestaande plancapaciteit detailhandel. Uitbreiding vierkante meters bij uitzondering, met behoefte onderbouwd en inzicht in effecten op de gewenste vitale detailhandel-structuur.

#### De Plaetse - Brandevoort

- Perspectief: redelijk, veel aandachtspunten
- Ontwikkelrichting: versterken
- Toelichting: door de ruimtelijk-functionele structuur profiteren de overige functies niet zo van de supermarkten: ver uit elkaar, niet goed zichtbaar (architectuur, groen) of bereikbaar (gracht, fietspad, tapisroulants in de supermarkten). De openbare ruimte is te groot om er de boodschappen te doen, horeca ligt versnipperd. Parkeergarages direct onder de supermarkten nodigen niet uit tot winkelen bij andere winkels. Bekeken moet worden of een compactere beleving en uitstraling mogelijk is, of de verblijfskwaliteit verbeterd kan worden (toevoegen nóg meer groen, zitgelegenheden, horeca/terras?). Transformatie van commerciële panden in de zijstraten geven een geringe impuls omdat die



nauwelijks door winkels gebruikt worden. De commerciële uitstraling van het centrum moet beter. (Tijdelijke) functies en activiteiten in de tussenliggende openbare ruimte slaan een brug tussen de winkelblokken. Er móet iets gebeuren met het voorzieningen niveau in een wijk met op termijn 19.000 inwoners. Verdere Demografische groei van de wijk is cruciaal voor draagvlak van de winkelvevoorzieningen. Geen zelfstandige detailhandel in Brainport Smart District toevoegen, alleen als eventuele nevenactiviteit van bedrijf (verkoop van ter plaatse geproduceerde producten).

#### Dorpsstraat - Stiphout

- Perspectief: redelijk, veel aandachtspunten
- Ontwikkelrichting: versterken
- Toelichting: Eventueel winkelgedeelte verder concentreren en binnen die kern kijken naar mogelijke verbreding van functies, die het bestaande winkelaanbod kunnen aanvullen en versterken of in ieder geval niet verstoren.
- Behoud van supermarkt: ontwikkelen en uitbreiden - en al dan niet verplaatsen - naar 1 volwaardige full-service supermarkt van moderne omvang heeft in principe de voorkeur in de plaats van 2 kleinere. Verbetering van de parkeersituatie is een randvoorwaarde. De expeditie in de straat vraagt ook aandacht.

#### Heistraat - Binnenstad: Leonardus, Heipoort, Vossenbergh

- Perspectief: redelijk, veel aandachtspunten
- Ontwikkelrichting: stabilisatie en optimalisatie als multiculturele winkelstraat.
- Toelichting: inzet op invulling resterende leegstand, clustering van voorzieningen, kiezen van een scherpere profilering en voor optimaliseren van (verkeers-) veiligheid in de straat, voor handhaving regels uitstallingen en laden/lossen en bezien mogelijkheden/wensen voor een vorm van branchering. Geen verdere uitbreiding.

#### Hoofdstraat – 't Hout

- Perspectief: goed, zeker aangezien dit winkelcentrum drie supermarkten heeft (2 service en 1 discount) als enige wijkwinkelcentrum
- Ontwikkelrichting: stabilisatie
- Toelichting: verkeers- en parkeersituatie verbeteren tegenover de kerk, geen uitbreidingen maar inzet op clustering van voorzieningen (incl. de Hoefkens/Mierloseweg).
- Optimaliseren van de ruimtelijke voorwaarden en eventueel beperkt uitbreiden van de twee service-supermarkten is de inzet. De discount supermarkt heeft geen wensen.

#### Straakven – Helmond-Oost

- Perspectief: goed
- Ontwikkelrichting: versterken
- Toelichting: Toevoeging van een service supermarkt (alleen in de vorm van verplaatsing van elders in de wijk - de Azalealaan - en als daar de retail-meters getransformeerd kunnen worden en zo'n verplaatsing geen nadelige gevolgen voor de leefbaarheid en het voorzieningenniveau Bloemenbuurt) als impuls voor het Straakven (als er een locatie bij Straakven mogelijk is) en verdere concentratie in de wijk is in principe wenselijk. De bestaande discount supermarkt is inmiddels gemoderniseerd en ook toevoegingen in non-food zouden kunnen.

#### Supermarktcentra / buurtsteunpunt

*Type koopgedrag: boodschappen en doelgerichte aankopen*

*Bestaande supermarkten tot max. 1.250 m2 bvo begrensd want buiten wijkwinkelcentrum. Uitbreidingen daarboven alleen met vrijstelling en onderbouwd, en mits onderbouwd met de kwantitatieve en kwalitatieve behoeften en de effecten op de gewenste detailhandelsstructuur en leegstand.*

#### Wederhof - Rijpelberg

- Perspectief: redelijk, veel aandachtspunten
- Ontwikkelrichting: stabilisatie/consolidatie
- Toelichting: geen uitbreiding, de supermarkt is een voorziening gericht op de wijk en voldoet daarin.

#### Dierdonkpark - Dierdonk

- Perspectief: redelijk/goed
- Ontwikkelrichting: stabilisatie/consolidatie
- Toelichting: ruimtelijk en markttechnisch zijn uitbreidingen van deze/een supermarkt niet wenselijk, behoud van deze voorziening in de wijk Dierdonk is wel belangrijk als sociale ontmoetingsfunctie in deze geïsoleerde wijk

#### Taftstraat - Binnenstad: Suytkade/Annabuurt

- Perspectief: redelijk/goed
- Ontwikkelrichting: stabilisatie/consolidatie
- Toelichting: geen verdere uitbreiding, nadat alleen nog in 2022 is meegewerkt aan het plan voor de toevoeging van 2 bestaande al jarenlang leegstaande commerciële units (winkel/horeca I) in zelfde gebouw van de supermarkt, met bestemmingsplanwijziging op basis van onderbouwing met kwantitatieve en kwalitatieve behoeften en effecten op de gewenste detailhandelsstructuur en leegstand. Focus op dagelijks aanbod.

#### Deltaweg – Brouwhuis

- Perspectief: goed
- Ontwikkelrichting: stabilisatie/consolidatie
- Toelichting: geen uitbreidingen, segment low budget is hiermee ruimschoots op orde in Helmond

#### Azalealaan – Helmond-Oost

- Perspectief: beperkt
- Ontwikkelrichting: anders
- Toelichting: anders
- Supermarkt: eventueel verplaatsing naar andere perspectiefvolle concentratie (wijkwinkelcentrum Straakven) alleen mogelijk indien er visie is op het achterblijvende vastgoed/retail-meters getransformeerd kunnen worden, er een locatie bij Straakven mogelijk is én of er na vertrek voldoende dagelijks aanbod nabij is met het oog op de bevolkingssamenstelling Bloemenbuurt (veel ouderen). Geen uitbreidingen.





#### Vondellaan – Helmond-Noord

- Perspectief: beperkt
- Ontwikkelrichting Vondellaan zelf: anders
- Toelichting: onderzoek naar herontwikkeling of verplaatsing, geen uitbreidingen, evt. clustering van winkels aan ring Helmond/Wethouder Ebbenlaan. Geen uitbreidingen.
- Supermarkt Dijksestraat [tegenover Vondellaan]: geen uitbreiding na uitgevoerde optimalisatie parkeren en “remodelling”, ter bescherming van de marktpositie van omliggende wijkwinkelcentra (Heistraat, De Bus, Straakven)

#### Torenstraat - Binnenstad: Centrum

- Perspectief: goed
- Ontwikkelrichting: consolideren, na uitgevoerde gevelverbetering en verbetering parkeren
- Toelichting: bovenwijkse en zelfs regionale functie, 1 van de grootste AH-XL's van Nederland. Nieuwe ontwikkelingen mogen niet ten koste gaan van vitaliteit van het kernwinkelgebied in het centrum en/of negatief hebben op leegstand daar. Geen uitbreidingen.

#### Bijzondere/solitaire concentraties

*Type koopgedrag: divers, meestal doelgericht*

#### Mierloseweg - De Hoefkens - 't Hout

- Perspectief: beperkt
- Ontwikkelrichting: anders
- Toelichting: samenvoeging met wijkwinkelcentrum Hoofdstraat ligt voor de hand. Transformatie naar andere functies dan detailhandel.

#### De Karper – 't Hout

- Perspectief: beperkt
- Ontwikkelrichting: anders
- Toelichting: Geen uitbreiding van detailhandel (er is nu nog 1 winkel; overige functies zijn horeca en dienstverlening). Verplaatsing naar perspectiefrijk cluster / wijkwinkelcentrum heeft de voorkeur.

#### Lucas Galerij - Binnenstad: Leonardus, Heipoort, Vossenbergh

- Perspectief: beperkt
- Ontwikkelrichting: anders
- Toelichting: Verplaatsing naar perspectiefrijk cluster / wijkwinkelcentrum heeft de voorkeur. Omzetting naar wonen kan nader onderzocht worden

#### Perifere locaties (grootschalig)

*Type koopgedrag: Doelgerichte en laagfrequente aankopen, minimaal 1000 m2 winkelverkoopvloeroppervlak (Autoboulevard minimaal 1500 m2 wvo): dagelijks aanbod, incl. (mega) supermarkten, niet wenselijk.*

#### Engelseweg en omgeving

- Perspectief: goed, vrijwel geen leegstand
- Ontwikkelrichting: versterken
- Toelichting: Volumineuze artikelen in grootschalige winkels (abc-goederen, woning-inrichting, Doe Het Zelf, bruin- en witgoed en tuin- en dierbenodigdheden); individuele winkels met groot verzorgingsbereik die in centrum door aard-omvang niet passen; winkels die door aard producten niet gewenst zijn in centrum maar wel passen op een perifere locatie. Versterking Engelseweg en omgeving met nieuwe passende concepten is nog mogelijk binnen de bestaande plancapaciteit. Primair bestaande branchering vasthouden. Er moet ontwikkeling mogelijk zijn (lieftst binnen de bestaande ruimte), maar dat moet niet ten koste gaan van de centrumontwikkeling. Het verruimen van de branchering kan leiden tot meer leegstand in wijkwinkelcentra en het centrum. Ook voor de Engelseweg en omgeving is het van belang om een duidelijke concentratie van voorzieningen te hebben. De publiekswaardering (KSO2021) is gemiddeld ruim voldoende (7,5), zie ook tabel 3. voor goede en volgens bezoekers te verbeteren punten, zoals uitstraling of ondersteunende faciliteiten.

#### Autoboulevard Varendschut

- Perspectief: redelijk
- Ontwikkelrichting: vasthouden, beperken van leegstand.
- Toelichting: De autobranche ontwikkelt zich en er wordt vaak voor clustering gekozen op een centrale locatie. Het gevaar bestaat dat enkele grotere dealerschappen uit Helmond vertrekken, waardoor de positie van de Autoboulevard als 'on stop shop' kwetsbaarder wordt. Bij grote toename aan leegstand moeten ook andere invullingen overwogen worden die passen binnen de algemene bestemming bedrijven. Echter geen andere vervangende perifere detailhandel met publieksfunctie, want die hoort op de Engelseweg en omgeving.



## Verspreide bewinkeling: Trafficlocaties (station, ziekenhuis, tankstations, etc.)

*Type koopgedrag: aankopen voor direct gebruik, gericht op snelheid, primair levensonderhoud voor reizigers/forensen of werkers op de locatie.*

### Helmond Station/Stationskwartier

- Perspectief: goed
- Ontwikkelrichting: versterken
- Toelichting: versterking van de trafficfunctie, To Go-achtige artikelen, maar ontwikkelingen en toevoegingen mogen niet ten koste gaan van bestaande winkelgebieden. Detailhandel is op deze locatie een ondergeschikte functie. In het Stationskwartier komen volgens de ambitie op langere termijn veel nieuwe bewoners, werkers en mogelijk ook andere sociaal maatschappelijke/culturele gebruikers (schaalsprong). Voor recreatief/doelgericht winkelen kunnen deze in het hoofdwinkelgebied (centrum) terecht, dat dichtbij is. Dus dergelijke winkels hier niet om het stadshart vitaal en gevuld te houden. Op kortere termijn zal de te vernieuwen supermarkt Suytkade (nabij via spoortunnel), AH-XL en wellicht een nog te vestigen City-Store in de behoefte aan dagelijkse boodschappen voorzien. Op langere termijn, als het aantal woningen, arbeidsplekken en andere voorzieningen groeit, kan er wellicht nog ruimte komen voor meer dagelijks aanbod in deze zone. Toekomstige marktverkenningen moeten uitwijzen hoeveel en waar in de centrumzone dit het beste kan.

### Overige locaties

- Perspectief: redelijk/goed
- Ontwikkelrichting: consolidatie
- Toelichting: ontwikkelingen dienen een aantoonbare meerwaarde te hebben.

## Bedrijventerreinen

*Type koopgedrag: Doelgerichte laagfrequente aankopen*

- Perspectief: redelijk
- Ontwikkelrichting: consolidatie
- Toelichting: Voortzetten van bestaand beleid: pure detailhandel is hier ongewenst buiten de perifere locaties en het centrum en de wijkwinkelcentra.

## Overig solitair aanbod

*Type koopgedrag: Divers, voornamelijk doelgericht*

- Perspectief:
- Ontwikkelrichting: zo mogelijk afbouwen
- Toelichting: geen uitbreiding. Aan transformatie naar andere functies dan detailhandel en horeca dient op deze locaties te worden meegewerkt met inachtneming van het voor die functies geldende beleid. Verbreding van de detailhandelsfunctie indien het bestemmingsplan een beperkte functie aangeeft of uitbreiding is niet mogelijk.

## 6.6 Uitwerking verspreide bewinkeling – solitair aanbod

### Relatief veel verspreide winkels buiten de winkelcentra

Van de in totaal circa 151.000 m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlak (2021) aan winkelruimte in de gemeente Helmond, ligt ongeveer 26% buiten een winkelgebied, te weten het centrum, de wijkwinkelcentra/overige winkelgebieden of de Engelseweg en omgeving/Autoboulevard Varendschut. Aanbod dat buiten deze bestaande structuur valt, wordt verspreide bewinkeling genoemd. Uitgedrukt in verkooppunten is de verspreide bewinkeling ongeveer 23%. En dat percentage is ook nog hoger dan in 2013. Terwijl in 2013 al het doel was dat tegen te gaan. Zie ook bijlage 8. Detailhandel Helmond in winkelgebieden en erbuiten (in procenten) in 2013 en 2021 en zie bijlage 16 met onder meer de definitie van een winkelgebied.

Vaak gaat het over solitaire verkooppunten die vanuit het verleden zo zijn ontstaan en gegroeid. Het kan daarnaast ook gaan om bijzondere locaties zoals verkooppunten:

- Bij agrarische bedrijvigheid;
- Op trafficlocaties, zoals stations, ziekenhuizen en tankstations;
- Bij recreatiecomplexen (ondersteunend);
- Of op bedrijventerreinen.

Internetwinkels en afhaalshops vormen ook een categorie die vaak buiten de bestaande winkelstructuur te vinden is. Zie hierna hoe hiermee om te gaan.

### Beperken van verspreid aanbod

Dit solitaire aanbod draagt niet bij aan de gewenste clustering van winkelvoorzieningen. Het verminderen dan wel afbouwen van het verspreide aanbod biedt kansen om een betere balans te brengen in de winkelstructuur en de leegstand in de wijkwinkelcentra te verminderen. We gaan samen met de ondernemers en vastgoedeigenaren van deze solitaire winkels verkenningen uitvoeren naar de haalbaarheid en wenselijkheid van relocatie naar een (toekomstbestendig) winkelgebied. De invulling daarvan zal maatwerk zijn. Waar mogelijk kan de gemeente ondersteunen bij het faciliteren van het proces. We onderzoeken voorts ook de mogelijkheden van het planologisch afbouwen van verspreide retailbestemmingen.

### Internetwinkels / afhaalshops

De uitgangspunten uit het Detailhandelsbeleid van 2013 kunnen we handhaven. Dat betekent dat er een onderscheid bestaat tussen internetwinkels met en zonder afhaal mogelijkheden. Zie hieronder het beleid dat hiervoor blijft gelden:

A) internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheden en B) internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheden

Ad. A) Internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheden

Hierbij staat de klant op geen enkele manier fysiek in contact met de internetwinkel. Alle klantcontacten en verzending van goederen gebeuren uitsluitend digitaal of per post. Dit type internetwinkels merken wij in ruimtelijke zin niet aan als detailhandel.

Ad. B) Internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheden

Hierbij krijgt de klant de gelegenheid de internetwinkel te bezoeken.



Hierbij is een tweedeling mogelijk:

#### B-1) Afhaalpunten

Dit zijn internetwinkels waar klanten bestelde goederen kunnen afhalen en/of terugbrengen. Die winkels produceren daar geen goederen, en slaan daar geen goederen (langdurig) op, repareren ze niet en stellen ze niet tentoon. Ook kan de klant er geen andere zaken regelen. Alleen opslag van door consumenten bestelde goederen voor korte tijd, met als doel: ophalen. Afhaalpunten zijn een vorm van bedrijvigheid met eigen ruimtelijke effecten. Afhaalpunten kunnen als hoofdactiviteit en als ondergeschikte activiteit voorkomen.

#### Afhaalpunt als hoofdactiviteit

Dit houdt in dat op de deze locatie alleen een afhaalpunt is gevestigd. Zelfstandige afhaalpunten kunnen zich solitair of geclusterd vestigen. Door te clusteren kan men verkeersstromen (consumenten en bevoorrading) beter concentreren. Bij voorkeur vestigen afhaalpunten zich op goed bereikbare locaties, zoals in de periferie, op zogenaamde 'trafficlocaties' (tankstations, wegrestartaurants of bedrijventerrein) of in winkelgebieden met een goede bereikbaarheid.

#### Afhaalpunt als ondergeschikte activiteit

Ondergeschikte afhaalpunten kunnen bij bedrijven en kantoren voorkomen. De afhaalpunten waarbij het afhalen ondergeschikt is aan de bedrijfsmatige hoofdactiviteit, moeten voldoen aan de volgende voorwaarden:

- het afhaalpunt veroorzaakt geen overlast in de openbare ruimte (ruimtelijke relevantie);
- het afhaalpunt mag de reguliere bedrijfsvoering in de omgeving niet belemmeren.

De wil om te handhaven is essentieel om te voorkomen dat deze afhaalpunten niet uitgroeien naar ongewenste bedrijfspormen, zoals een (fysieke) winkel.

B-2) Internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheden waar, naast afhalen, ook andere zaken mogelijk zijn, zoals het presenteren, kopen, bestellen en omruilen van artikelen.

Dit zijn in feite reguliere winkels die ook producten via internet verkopen. Ze hebben vergelijkbare ruimtelijke effecten. Ook vallen deze internetwinkels onder de werking van de Europese Dienstenrichtlijn. Voor dit type internetwinkels geldt hetzelfde beleid als voor de reguliere detailhandel. Dit houdt dus ook in dat ze alleen in gebieden met detailhandelsbestemming mogelijk zijn. Mogelijke knelpunten en kansen beoordelen we op basis van maatwerk en met ervaringen vanuit de praktijk en stemmen we af op de omgeving. De ruimtelijke effecten, met name de verkeers-aantrekkende werking, vormen een belangrijk aspect dat we hierin meewegen.

#### Detailhandel aan huis / in de wijk

Volgens de meeste bestemmingsplannen zijn veel vormen van kleinschalige beroepsuitoefening aan huis onder voorwaarden rechtstreeks toegestaan. Voorbeelden hiervan zijn de uitoefening van een beroep of het beroepsmatig verlenen van diensten op administratief, juridisch, (para-)medisch, therapeutisch, kunstzinnig, ontwerp-technisch of hiermee gelijk te stellen. De functie dient altijd ondergeschikt aan het wonen te zijn. Detailhandel is in het algemeen niet toegestaan. Wanneer er sprake is van een ondergeschikte functie kan een maatwerkbeoordeling gemaakt worden.

In Brainport Smart District (BSD) is het de gemeentelijke visie economische functies te combineren met wonen. Hier is beperkte detailhandel als nevenactiviteit op basis van het bestemmingsplan mogelijk gemaakt, namelijk verkoop van zelf ter plekke vervaardigde producten. Voor zelfstandige detailhandel (supermarkt en andere al dan niet dagelijkse winkels) is ook voor bewoners van BSD wijkwinkelcentrum De Plaetse de aangewezen plek. Immers, de levensvatbaarheid van dit wijkwinkelcentrum is van meet af aan berekend op, en daarmee ook afhankelijk van, het gereed komen van dit noordelijke wijkdeel van Brandevoort, dat inmiddels BSD is.

#### Detailhandel van agrarische producten op de boerderij

Het komt voor dat agrarische bedrijven in het buitengebied hun producten ook deels ter plaatse willen verkopen. Dit kan – mits kleinschalig – een aardige extra activiteit zijn in het kader van toeristisch-recreatief beleid. Uitgangspunt is dat verkoop een nevenactiviteit blijft en dat het primair gaat om producten, die ter plaatse op de boerderij zijn vervaardigd dan wel in de regio. Nieuwe initiatieven beoordelen wij altijd individueel. Het blijft namelijk een vorm van verspreide bewinkeling en in het algemeen is toename hiervan in aantal en omvang niet gewenst. Een maximale omvang van 100 m<sup>2</sup> bruto bedrijfsvloeroppervlak (bvo) hanteren wij als maat om de kleinschaligheid te garanderen. De specifiekere criteria nemen wij zo nodig in een omgevingsprogramma of -plan op.

#### Detailhandel op trafficlocaties

Geen aanpassing van beleid is nodig in het algemeen: detailhandel in en rond een station dient hoofdzakelijk gericht te zijn op de reizigers/ forensen, de werkers in het gebied en toeristisch-recreatieve bezoekers. De detailhandel op stationslocaties mag niet voor duurzame ontwrichting zorgen van het hoofdwinkelcentrum.

Er ligt de ambitie voor veel nieuwe inwoners, werkers en mogelijk andere gebruikers van nieuwe (sociaal-maatschappelijke- onderwijs en/of culturele) functies in de zone rondom Station Helmond (centraal): het Stationskwartier. Deze plannen komen voort uit de schaa sprong en het Centrum+ programma. Dit kan op termijn toevoeging van dagelijks aanbod nodig maken, zowel als meer behoefte aan aankopen voor direct gebruik, de behoefte dan nader te onderzoeken.

#### Strategie: transformatie waar mogelijk

- *Planologische ruimte voor transformatie:* Aan transformatie naar andere functies dan detailhandel en horeca dient op deze locaties te worden meegewerkt met inachtneming van het voor die functies geldende beleid (bijvoorbeeld wonen). Verbreding van de detailhandelfunctie indien het bestemmingsplan een beperkte functie aangeeft of uitbreiding is niet mogelijk.
- *Nadere analyse detailhandelsbestemmingen en onderzoek naar wegbestemmen:* In het adaptief actieplan wordt een actie opgenomen om in beeld te brengen waar de (ook verborgen) detailhandelsbestemmingen in de bestemmingsplannen zijn opgenomen. Op basis hiervan kan bepaald worden waar het op welke termijn wenselijk is deze bestemmingen te schrappen dan wel om te zetten naar een andere functie. Hierbij dient vanzelfsprekend ook een planschade analyse gemaakt te worden. Van belang is in ieder geval om het proces zorgvuldig doorlopen en tijdig de plannen bekend te maken ('voorzienbaarheid').

## 6.7 Ambulante handel

### Centrum

De weekmarkt op zaterdag is een belangrijke trekker in het centrum. In 2018 is door de gemeenteraad de nieuwe Visie weekmarkt centrum Helmond vastgesteld. Door meer samenwerking, een andere opstelling, vergroting van de synergie met andere centrumfuncties zoals horeca en winkels en de introductie van sfeergebieden moest de toekomstbestendigheid van de warenmarkt verbeterd worden. Al bij vaststelling van deze visie is opgemerkt dat in de verdere toekomst uitwerking van centrumplannen kán leiden tot aanpassingen in opstelling. Door maatregelen tijdens de coronacrisis en de komst van een waterspeeltoestel is de opstelling van kramen tussen 2020 tot en met 2022 al aangepast (met name door het 1,5 meter afstandscriterium). Het blijft zaak de opstelling zo optimaal mogelijk te hebben door goed overleg en wederzijds begrip tussen alle belanghebbenden. De marktverordening zal aangepast moeten worden op de veranderde omstandigheden en beleid en de uitgangspunten uit de Visie weekmarkt centrum Helmond.

### Wijkmarkten

In enkele wijken staat ook een kleinschalige weekmarkt, zoals in 't Hout op de Hoofdstraat of de biologische markt in Brandevoort. Hiervoor zijn geen nieuwe uitgangspunten te benoemen.

### Venten en standplaatsen

Voor venten en het gebruik van standplaatsen gelden primair de regels uit de Algemene Plaatselijke Verordening, die nog geactualiseerd gaan worden.

## 7. Toetsing van nieuwe initiatieven

Naast de beleidsuitgangspunten vormt het detailhandelsbeleid ook een toetsingskader voor nieuwe initiatieven. Ook is het een belangrijk instrument bij het toetsen van aanvragen die afwijken van het geldende planologisch regiem en bij het opstellen van nieuwe bestemmingsplannen. Daarnaast tracht het beleid in te spelen op de dynamiek in de detailhandel. Het beleid uit 2013 wordt op dit vlak op enkele onderdelen aangescherpt.

### 7.1 (Lokale) Detailhandels Adviescommissie (DAC) wordt voortgezet

De Detailhandels Adviescommissie is een adviesorgaan van het College van B&W. De gemeente vraagt altijd advies aan de Detailhandels Adviescommissie (DAC), als na een eerste integrale ambtelijke afweging binnen de Omgevingstafel, vanaf najaar 2022 (de opvolger van zowel bedrijvenoverleg, centrumoverleg en kernteam wonen; zie hierna) blijkt:

- Dat een nieuw initiatief niet past binnen het bestemmingsplan, maar mogelijk toch kan voldoen aan de genoemde voorwaarden en/of;
- Dat het een grootschalige economische ontwikkeling in de detailhandel en/of horeca betreft (1.000 m<sup>2</sup> bruto vloeroppervlak of meer). De DAC adviseert het college van burgemeester en wethouders over dit nieuwe initiatief en de mogelijke effecten hiervan op de branche in zijn algemeenheid en de totale detailhandelsstructuur.

#### De samenstelling van de DAC wordt iets gewijzigd voortgezet:

- Onafhankelijke voorzitter
- Secretaris, een aangewezen ambtenaar van de gemeente Helmond
- Eén vertegenwoordiger van Centrummanagement Helmond
- Eén vertegenwoordiger van Wijkmanagement Helmond
- Eén vertegenwoordiger van de Stichting Bedrijventerreinen Helmond

De DAC krijgt - op haar verzoek - ook een meer proactieve rol bij detailhandelsaangelegenheden, zowel ondersteunend als adviserend. De inzet kan dan van twee kanten komen; vanuit de DAC of één van haar leden, of vanuit de Gemeente. Te denken valt aan advies over concept detailhandelsbeleid of uitwerkingen of bestemmings-/omgevingsplannen.

De gemeente heeft een integrale eerste toetsingsmoment voor initiatieven die niet in een bestemmings- en toekomstig het omgevingsplan passen: de Omgevingstafel, gestart in najaar 2022. Dit is een nieuwe vorm van integrale ambtelijke toetsing met veel disciplines tegelijkertijd aan tafel en te houden iedere week vooruitlopend op de invoering van de Omgevingswet.

Doel is zo beter afgestemd en sneller op initiatieven te kunnen reageren.

Voor toelichting op samenstelling, benoeming en toetsingsprocedure van DAC zie Bijlage 15.



## 7.2 Regionale Adviescommissie Detailhandel (RACD) en afsprakenkader De Peel voor afstemming gemeente overstijgende effecten

### RACD

Daar waar initiatieven effecten hebben die over de gemeentegrenzen reiken, wordt er ook afstemming met de buurgemeenten gezocht. De RACD biedt hiervoor in het Stedelijk Gebied Eindhoven (SGE) de mogelijkheid. Helmond committeert zich aan de RACD en haar reglement. Het advies van de commissie is echter niet bindend, de eindverantwoording voor het maken van een integrale afweging ligt - overeenkomstig het wettelijk kader - bij de gemeente.

### Afsprakenkader Detailhandel in de Peel (2015)

In de Peel bestaat geen afzonderlijke commissie voor detailhandel. Desondanks zullen initiatieven waar nodig ambtelijk dan wel bestuurlijk worden afgestemd in de reguliere economische overleggen, en hiervoor geldt anno 2022 nog Afsprakenkader detailhandel in de Peel (2015) (p. 27):

1. Detailhandelsontwikkelingen vanaf 150 m<sup>2</sup> tot 1000 m<sup>2</sup> verkoopvloeroppervlak (vvo), worden gemeld aan de directe buurgemeenten. Daarbij wordt inzichtelijk gemaakt dat toetsing volgens de voorwaarden van de ladder voor duurzame verstedelijking heeft plaatsgevonden;
2. Detailhandelsontwikkelingen die onderbouwd moeten worden vanuit de ladder voor duurzame verstedelijking, tot een maximum van 2.500 m<sup>2</sup> vvo worden afgestemd in het bestuurlijk overleg economische zaken de Peel;
3. Detailhandelsontwikkelingen vanaf 2.500 m<sup>2</sup> vvo, worden afgestemd in de RACD (Regionale adviescommissie detailhandel).

## 7.3 Toetsingscriteria

In de toekomst kunnen zich initiatieven voordoen binnen de detailhandel in Helmond die zich om diverse redenen op locaties willen vestigen buiten de detailhandelsstructuur of op een ander onderdeel niet passen binnen het detailhandelsbeleid.

Onder bepaalde en strikte voorwaarden, zoals hierna beschreven, kunnen dergelijke initiatieven worden toegestaan via een herziening van het bestemmingsplan/wijziging omgevingsplan of omgevingsvergunning, om consumentgericht in te spelen op de dynamiek in de sector.

### Een richtlijn voor nieuwe initiatieven

Nieuwe initiatieven, die planologisch niet zijn toegestaan op een bepaalde locatie worden getoetst aan de gemaakte keuzes in dit beleidskader en aan de 'ladder voor duurzame verstedelijking'. De ladder van duurzame verstedelijking voor detailhandel vraagt van gemeenten bij nieuwe winkelontwikkelingen eerst naar herstructurering binnen of aan de rand van bestaande winkelgebieden te kijken, voordat een nieuwe locatie wordt overwogen. Op deze wijze wordt een duurzame winkelstructuur met een beperkt aantal sterke winkellocaties nagestreefd, wordt winkelleegstand tegengegaan en wordt zuinig omgegaan met de schaarse ruimte.

Sinds 1 juli 2017 is een aangepaste Ladder voor Duurzame Verstedelijking in werking getreden.

Bij nieuwe initiatieven wordt gekeken naar de toegevoegde waarde voor de stad en wordt getoetst of de bestaande winkelstructuur niet duurzaam wordt ontwricht. Ook wordt zorgvuldig gekeken of nieuwe vierkante meters winkelloppervlak noodzakelijk zijn voor deze initiatieven. En zo'n initiatief dient vervolgens te voldoen aan de volgende voorwaarden:

- **Onderscheidend vermogen:** Het dient een bijzondere en onderscheidende formule of concept te zijn, waarmee Helmond zich (boven)regionaal kan profileren, bijvoorbeeld op basis van aard, doelgroep of reikwijdte.
- **Kwaliteit toevoegen:** Het initiatief moet een meerwaarde hebben voor de Helmondse detailhandelsstructuur en daaraan iets unieks of nieuws toevoegen, eventueel in combinatie met bestaand aanbod. Vragen die gesteld kunnen worden: is sprake van een toename in keuzemogelijkheden voor de consument (als bv. de branche zwak vertegenwoordigd is), of op welke manier onderscheidt een nieuwe formule/concept zich: op kwaliteit, complementariteit, uniciteit, specialisatie en/of gerichtheid op één of meer doelgroepen?
- **Geen negatieve effecten voor de bestaande clusters (wijken/centrum):** de wijkwinkelcentra en het centrum vormen de basisstructuur. Nieuwe initiatieven mogen hierop geen onevenredige negatieve effecten hebben.
- **Ruimtelijk niet inpasbaar in bestaande structuur:** De omvang en de bereikbaarheidsvraag van het initiatief niet passend (ruimtelijk en/of functioneel) zijn op één van de locaties binnen de bestaande detailhandelsstructuur.

Nieuwe initiatieven zullen in de praktijk vaak ruimte laten voor interpretatie, bijvoorbeeld als het gaat om branchering, vierkante meters of doelgroepen. Als uit een eerste integrale afweging blijkt dat het initiatief kan voldoen aan bovengenoemde voorwaarden wordt dit altijd ter advisering aan de Detailhandelsadviescommissie en/of RACD voorgelegd.

Andere aspecten waarop detailhandelsinitiatieven beoordeeld kunnen worden:

1. **Lokale verankering:** Is er sprake van Helmonds ondernemerschap? En kan het initiatief het DNA van Helmond benutten en/of het versterken van door gebruik van specifieke locatie of hantering van branchering/assortiment.
2. **Maatschappelijke relevantie:** Aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, bijvoorbeeld aandacht voor duurzaamheid/circulaire economie en het realiseren van arbeidsplaatsen voor mensen met een achterstand op de arbeidsmarkt.
3. **Draagvlak en afstemming:** het draagvlak bij belanghebbenden op/rondom de vestigingslocatie is in kaart is gebracht en/of er heeft reeds enige vorm van regionale afstemming plaatsgevonden.

Vanzelfsprekend dient het initiatief ook te worden getoetst op gebruikelijke ruimtelijke aspecten als inpassing in de omgeving, ligging in de ruimtelijke structuur en afstand tot andere concentraties, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden bezoekers en personeel en bevoorrading en de relatie met andere ruimtevragers (bedrijven, kantoren, wonen) en beeldkwaliteit.

## 8. Handhaving

In 2019 heeft het college het Integrale Nalevingsplan Fysieke Leefomgeving 2019-2022 vastgesteld. Op 13 december 2022 stelde het college een actualisatie van dit plan vast: het Beleidsplan Vergunningverlening, Toezicht en Handhaving (VTH) Fysieke Leefomgeving 2023-2026.

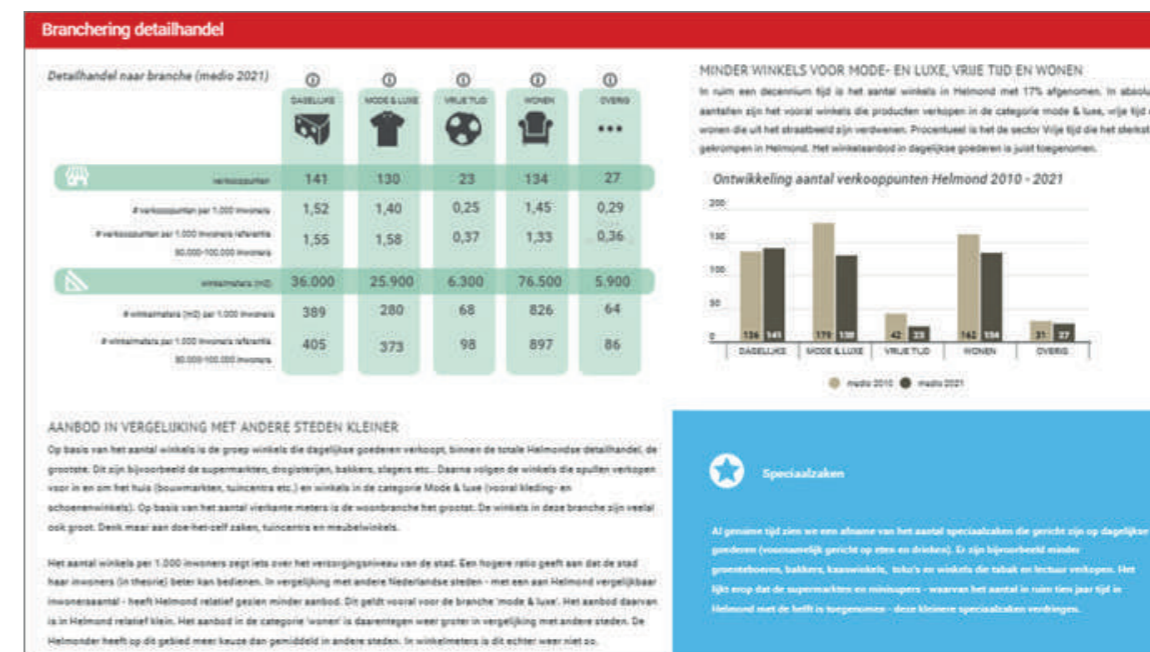
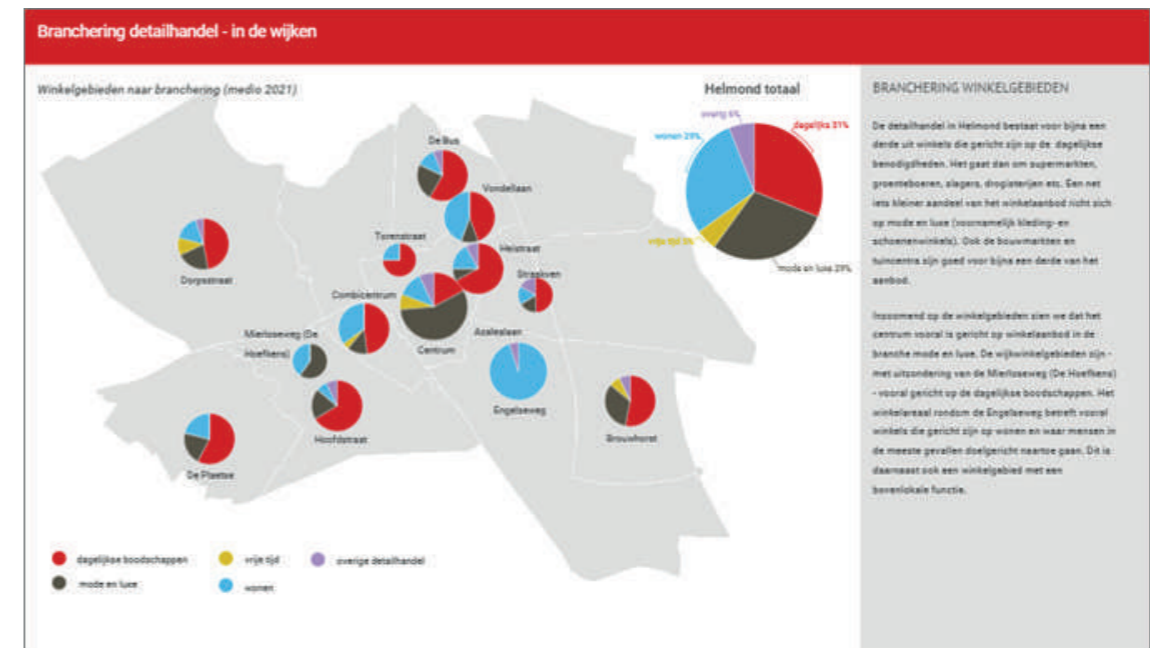
Het nieuwe beleid gaat meer uit van problemen aanpakken dan het “voor de voet wegvegen” van meldingen. Wij bezien op het gebied van detailhandel, in samenspraak met onze partners in de stad, bijvoorbeeld tijdens winkelschouwen, wat er mogelijk nodig is aan handhaving. Dit vragen wij dan in de VTH-uitvoeringprogramma's op te nemen.

In beginsel doet de gemeente een beroep op het zelf oplossend vermogen van de melder en zijn omgeving, waarbij we waar mogelijk ondersteuning bieden. Zo leveren wij maatwerk per thema of per wijk. Voor de inzet van toezicht en handhaving werken wij met prioriteiten. De prioriteiten worden bepaald aan de hand van een risicoanalyse. Voor het toepassen van sancties hanteert de gemeente Helmond de 'Landelijke handhavingsstrategie' (LHS). Bij winkelpanden kan het gaan om verschillende soorten overtredingen. Te denken valt aan: uitstallingen of reclame-uitingen in strijd met de regels, vestiging of gebruik in strijd met een bestemmingsplan (straks omgevingsplan), bouwen in strijd met of zonder vergunning. We sluiten de ogen niet voor overtredingen met een minder onschuldige intentie. Bij langdurige leegstand van winkelpanden kan bijvoorbeeld het risico ontstaan dat ze voor verkeerde doeleinden gebruikt gaan worden. Concreet gaat het ook om het risico van ondermijning. Dit om toch huur te ontvangen en waardoor bijvoorbeeld inzet handhaving nodig wordt. Niet alleen voor verbetering van sfeer, uitstraling en verhuurbaarheid in een winkelgebied is aandacht voor leegstand nodig, ook vanwege dit risico. Voorkomen is beter dan genezen.

Het risico van ondermijning doet zich niet alleen voor bij leegstand, maar ook bij winkels waar regelmatig weinig bedrijvigheid valt waar te nemen maar die toch blijven bestaan. We nemen dit aspect mee bij de monitoring van toenemende leegstand en het wegvallen van winkels, zodat we het effect op de leefbaarheid/veiligheid in beeld houden. Doel is om minder toekomstbestendige winkelgebieden/winkelstrips te transformeren. Zie hiervoor ook paragraaf 6.5 en 6.6 en het adaptief actieplan (C1-C4): eerst onderzoek naar planologische mogelijkheden en feitelijk gebruik, daarop gebaseerd acties formuleren. Doel is voorts om zo mogelijk wel toekomstbestendige winkels uit die strips en verspreid aanbod te verplaatsen naar de 8 wijkwinkelcentra. Daarmee versterk en verbreed je het aanbod in de wijkwinkelcentra, vul je daar leegstand, en vermindert het risico op ongewenste ontwikkelingen – zoals ondermijning.

## Bijlagen

### Bijlage 1: Aanbod detailhandel Helmond 2021: spreiding branches en ontwikkeling verkooppunten, oppervlakte en branches



Bron: Gemeente Helmond - afd. IVA: Factsheet Detailhandel Helmond 2021 (januari 2022); cijfers: Locatus per juli 2021



## Bijlage 2: Ontwikkeling aanbod en spreiding over de winkelgebieden

Aanbod detailhandel en niet-detailhandel naar winkelgebied (excl. leegstand), medio 2021		
Winkelgebied	Detailhandel	
	Verkooppunten	Vierkante meters
<b>Centrum Helmond</b>	162	33.400
<b>Engelseweg</b>	28	44.100
<b>WILKINNELCENTRA</b>		
Brandevoort	14	4.000
Brouwerij	18	3.600
Compucentrum	23	3.700
De Bus	17	3.900
Mariaanweg (De Hoefkens)	9	700
Dorpstraat Stadhoud	18	2.700
Halstraat	24	2.700
Houtstraat	18	4.600
Straanen	6	1.600
Vandelaar	9	1.900
<b>SUPERMARKTCENTRA</b>		
Tuynstraat	4	4.200
<b>Verspreide bevolking</b>	102	28.750
<b>TOTAAL</b>	<b>488</b>	<b>181.000</b>

Aanbod detailhandel en niet-detailhandel naar winkelgebied (excl. leegstand), medio 2021		
Winkelgebied	Niet-detailhandel	
	Verkooppunten	Vierkante meters
<b>Centrum Helmond</b>	143	14.300
<b>Engelseweg</b>	13	1.800
<b>WILKINNELCENTRA</b>		
Brandevoort	11	700
Brouwerij	7	400
Compucentrum	11	700
De Bus	6	400
Mariaanweg (De Hoefkens)	5	28
Dorpstraat Stadhoud	18	1.200
Halstraat	13	900
Houtstraat	13	1.000
Straanen	5	100
Vandelaar	7	600
<b>SUPERMARKTCENTRA</b>		
Tuynstraat	2	100
<b>Verspreide bevolking</b>	223	26.000
<b>TOTAAL</b>	<b>476</b>	<b>48.000</b>

**Filialisering**

**37%** van de detailhandel in Helmond maakt deel uit van een winkelketen

Een verkooppunt maakt deel uit van een keten (formule) als er werkzaamheden of meer vestigingen zijn, of als een onderneming meer dan 100 werknemers in dienst heeft, en toch minder dan 7 vestigingen.



## Bijlage 3: Leegstand in Helmond 2021 en ontwikkeling 2010-2021

**Leegstand**

**LEEGSTAND (medio 2021)**

- 102 verkooppunten staan leeg (detailhandel en niet-detailhandel)
- 23.000 vierkante meter staat leeg (detailhandel en niet-detailhandel)
- 10% van de verkooppunten detailhandel staat leeg
- 9% van de vierkante meters detailhandel staat leeg

**LEEGSTAND HELMOND IN VERGELIJKING MET ANDERE STEDEN**

10% van de detailhandelsverkooppunten in Helmond staat leeg. Dit is gelijk aan het gemiddelde leegstandspercentage in steden met een inwonertal tussen de 50.000 en 100.000. Vergelijken met een tweede groep steden (steden die qua bevolkingsovername, industrieel verleden en/of ligging vergelijkbaar zijn met Helmond) doet Helmond het redelijk goed. Alleen Almelo en Vlaardingse hebben duidelijk minder leegstand. Binnen de 85-steden heeft Helmond relatief gezien wel de meeste leegstaande verkooppunten. Een laatste set vergelijkingsteden bestaat uit Uden, Venray en Weert. Daarbij is een behoorlijk verschil in leegstand met Weert, in positieve zin voor Helmond. Ook Venray heeft naar verhouding meer leegstand. Ondanks de coronacrisis is de leegstand ten opzichte van vorig jaar in de meeste (vergelijkings)steden gedaald. De leegstand daalde niet alleen doordat er weer winkels openden in lege panden, maar ook doordat winkels werden omgebouwd naar kantoor- of woonruimte. Deze alternatieve oplossing voor leegstand vindt de laatste jaren steeds meer aan terrein. Dit wordt mede gevoerd door het feit dat online winkelen nog steeds groeit, waardoor fysieke winkels meer en meer uit het straatbeeld verdwijnen. Zeker tijdens de coronacrisis heeft het online winkelen weer sterk haar bestaansrecht bewezen.

**Leegstandspercentage detailhandel (op basis van aantal verkooppunten) - Benchmark**

- 10% leegstandspercentage Helmond
- 10% leegstandspercentage referentiesteden 50.000-100.000 inwoners

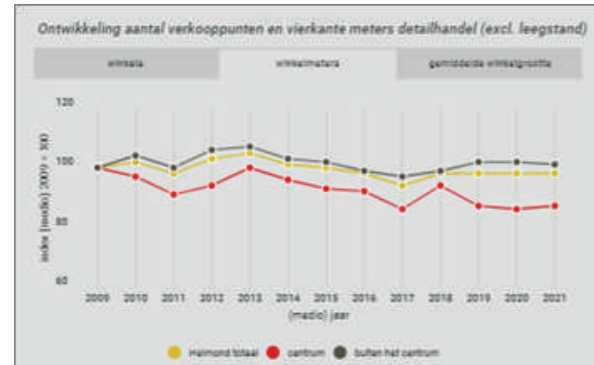
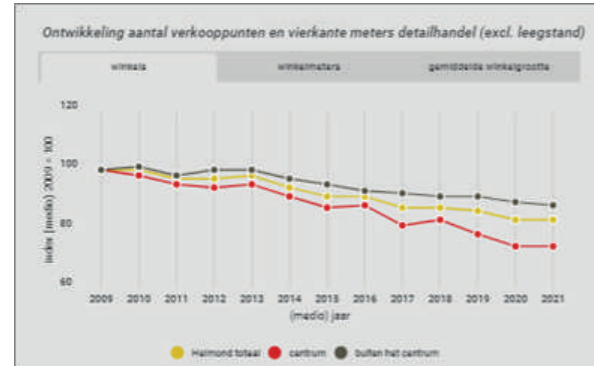
Legenda: regionale referentiestad, 85-stad, Vergelijkingstad (stad die qua bevolkingsovername, industrieel verleden en/of ligging vergelijkbaar is met Helmond)

**MINDER LEEGSTAND**

Medio 2021 staan er in heel Helmond 102 winkerverkooppunten leeg. Dit zijn panden waarin zowel detailhandel als niet-detailhandel kan komen te zitten. Geschat wordt dat de helft voor rekening komt van de detailhandel (Locatus). Op die manier komt het leegstandspercentage voor de Helmondse detailhandel uit op 10%. De leegstand is hoger ten opzichte van ruim een decennium geleden. Recenter zien we juist dat de leegstand aan het afnemen is. De leegstand is zelfs lager dan voor de coronacrisis. Transformatie speelt hierin een belangrijke rol. Steeds vaker worden leegstaande panden omgebouwd naar kantoor- of woonruimte.

**Leegstandsontwikkeling detailhandel 2010-2021**

Line chart showing the percentage of vacant retail space from 2010 to 2021. Helmond total (yellow) and Helmond centrum (black) are shown. The percentage fluctuates between 8% and 12%.



**Leegstand**

**Leegstand (detailhandel + niet-detailhandel) naar locatie (medio 2021)**

Donut charts showing the distribution of vacant space by location: centrum (red), overige winkelgebieden (black), and verspreide bevolking (white).

**RUIM HELFT LEEGSTAANDE WINKELS IN CENTRUM**

Ruim de helft van de leegstaande verkooppunten in Helmond ligt in het centrale winkelgebied. Een derde is te vinden in de overige, kleinere wijkwinkelgebieden. De rest van de leegstaande panden valt buiten een winkelgebied. Als het gaat om leegstaande meters zien we een ander beeld. Meer dan de helft van het leegstaande winkelveerbruik valt dan binnen de periferie winkelgebieden. Dit komt doordat verkooppunten buiten het centrum gemiddeld genomen al een stuk groter zijn dan panden in het centrum.

**Leegstandsduur**

- 8% van de leegstand betreft een pand in verbouwing
- 29% staat 2 of meer achtereenvolgende jaren leeg (structurele leegstand)
- 34% van de leegstand staat korter dan een jaar leeg (aanvangs-/frictieleegstand)
- 28% staat tussen 1 en 3 jaar leeg (langdurige leegstand)

**Leegstand (detailhandel + niet-detailhandel) per winkelgebied**

Winkelgebied	Leegstaande verkooppunten	Leegstaande vierkante meters
<b>Centrum Helmond</b>	89	9.800
<b>Engelseweg</b>	3	1.900
<b>WILKINNELCENTRA</b>		
Brandevoort	2	800
Brouwerij	4	400
Compucentrum	6	300
De Bus	2	200
Mariaanweg (De Hoefkens)	2	100
Dorpstraat Stadhoud	2	300
Halstraat	7	1.700
Houtstraat	3	100
Straanen	1	100
Vandelaar	-	-
<b>SUPERMARKTCENTRA</b>		
Tuynstraat	-	-
<b>Verspreide bevolking</b>	12	1.700
<b>TOTAAL</b>	<b>102</b>	<b>23.000</b>

**Wat is leegstand?**

Een winkelgebied staat leeg als de verhuurder is niet in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumptiegericht dienstverlening zal toegestaan.

Aankomende criteria voor panden tussen een winkelgebied:

- het pand was als winkel in gebruik en staat nu beschikbaar leeg
- of het pand is op dat moment niet meer als winkel in horeca in gebruik, maar op het pand staat een gebouw dat het te koop/te huur is (als verkooppunt)

Buiten de winkelgebieden moeten beide criteria gelden:

- er moet een verkooppunt ingezet worden EN er moet beschikbaar zijn te koop/te huur of verhuurd op het pand staan.

Bron: Gemeente Helmond, Factsheet Detailhandel Helmond 2021

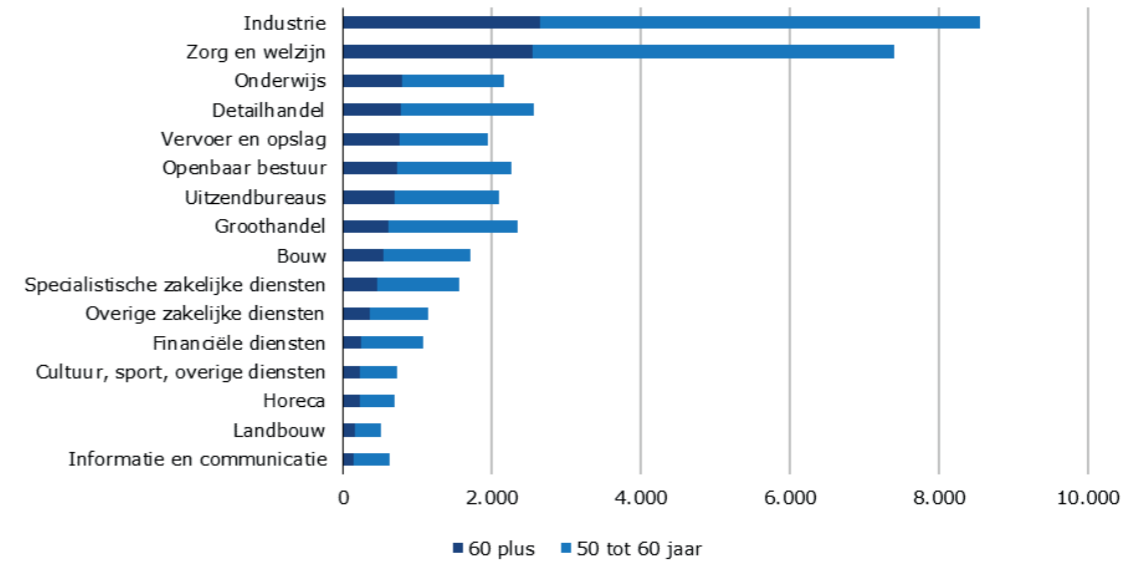


**Bijlage 4: Werkgelegenheid Detailhandel Helmond: ontwikkeling 2010-2020**



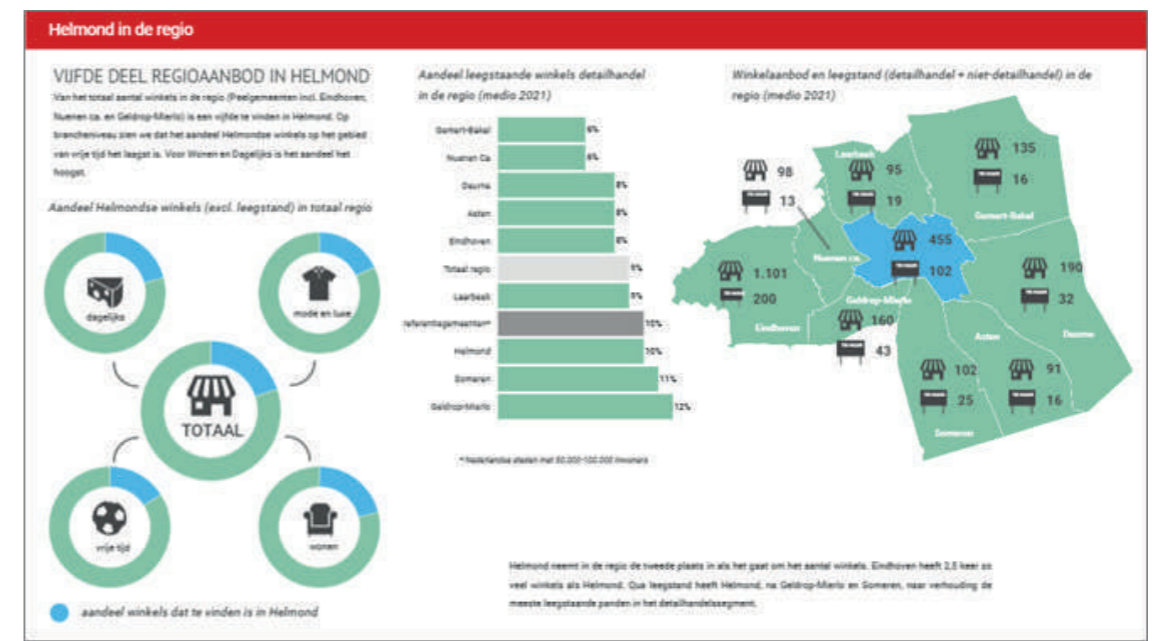
Bron: Gemeente Helmond, Factsheet Detailhandel 2021

Vergrijzing arbeidsmarkt Helmond-de Peel (stand van zaken december 2021)



Bron: UWV

**Bijlage 5: Helmond in de regio**

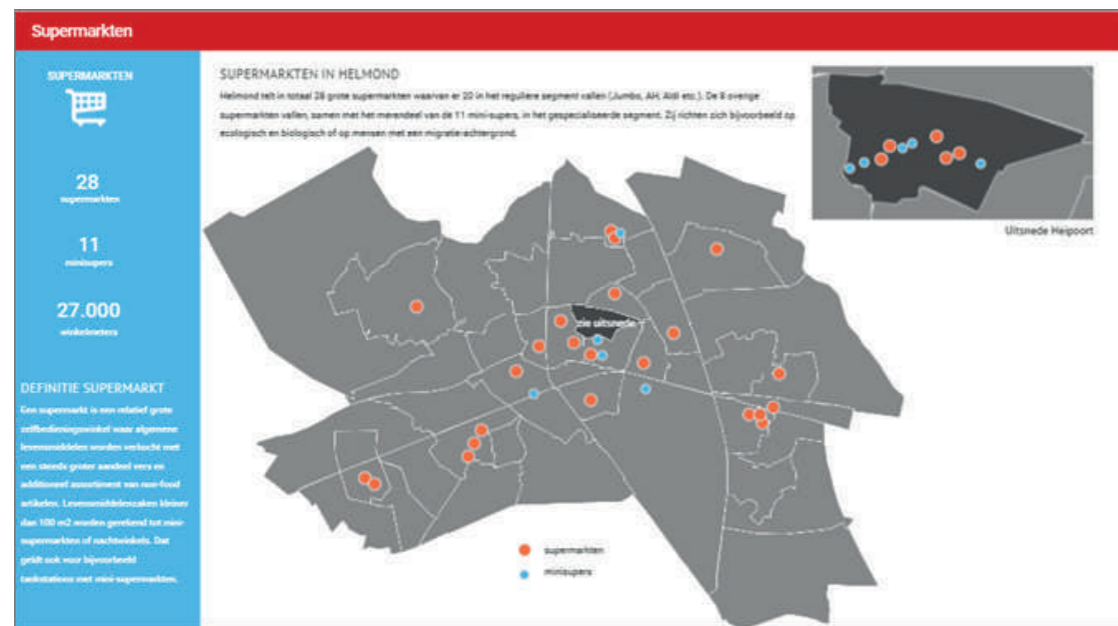


Bron: Gemeente Helmond: Factsheet Detailhandel Helmond 2021

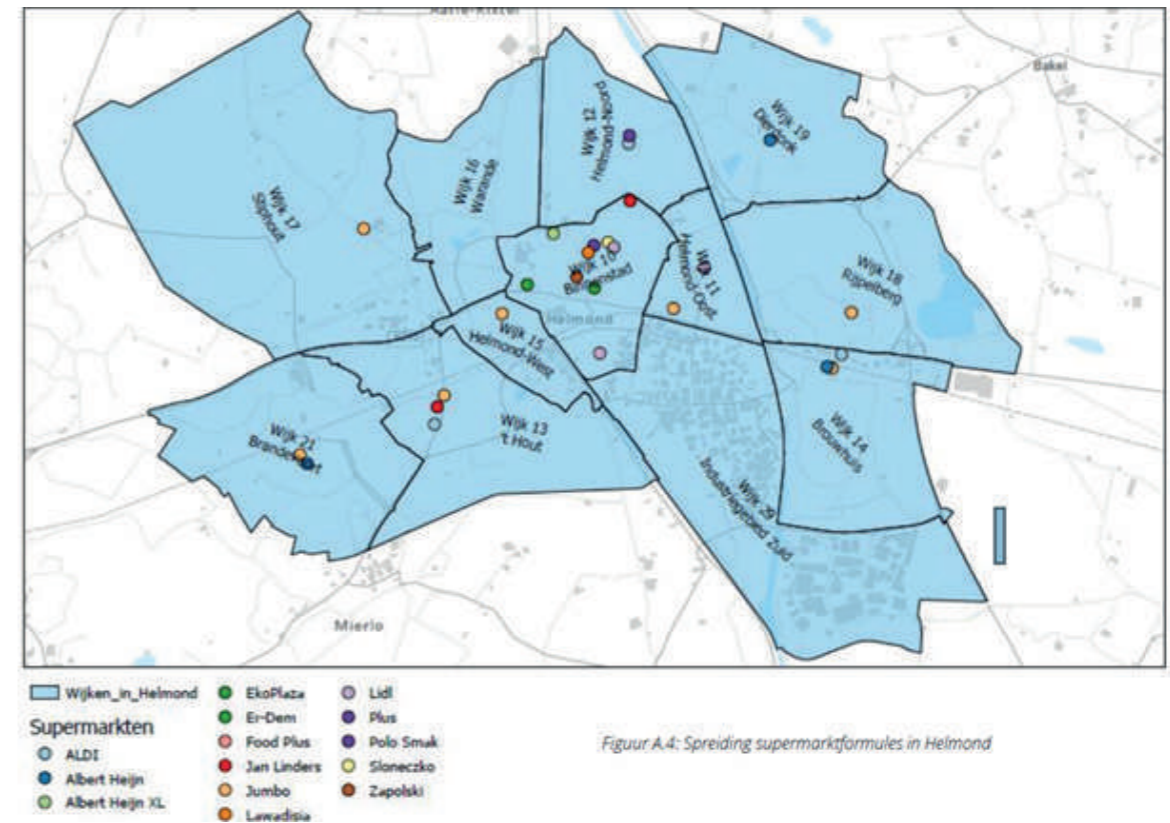




**Bijlage 6: Supermarktstructuur Helmond 2021 (overzicht) en 2020 (naar soort en grootte)**



Bron: Gemeente Helmond: Factsheet Detailhandel Helmond 2021



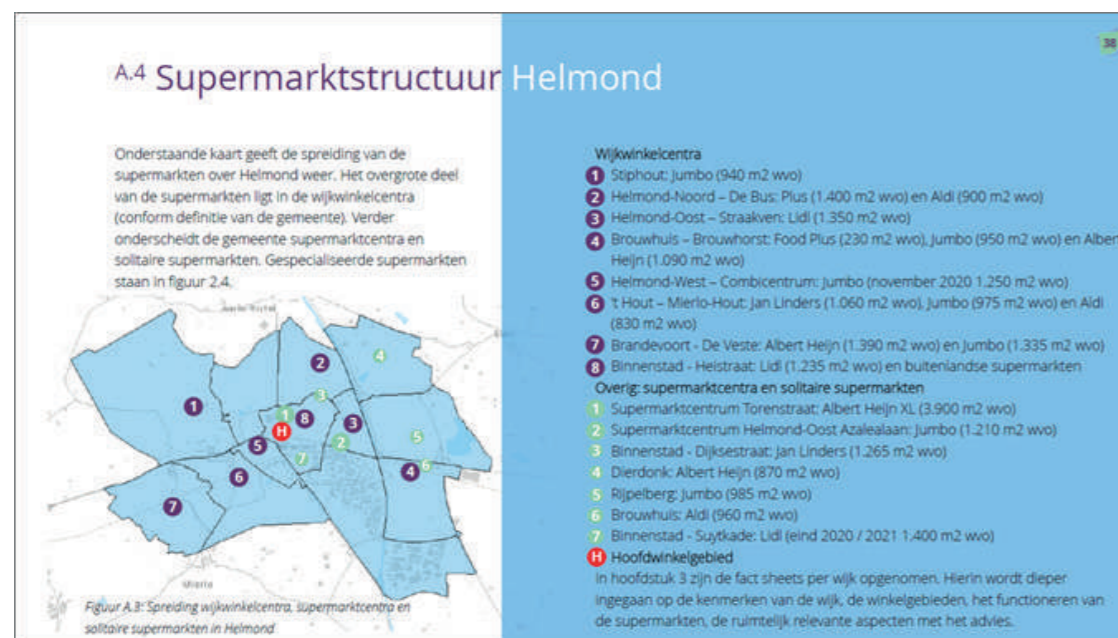
Bron: Seinpost: Marktperspectief supermarkten Helmond (november 2020; situatie 2020)

**Bijlage 7: Koopstromenonderzoek 2021: Onderzoeksmethode en Verbetertips Helmond Centrum – 12 keer en minder genoemd**

**Onderzoeksmethode KSO 2021 Noord-Brabant**

De in 2021 in Noord-Brabant gebruikte enquête-methode wordt eens in de 3-4 jaar herhaald, en ook in andere provincies. Andere provincies hebben al eerder deze methode gebruikt (2016, 2018) en kunnen ook een vergelijking in de tijd maken. Voor Noord-Brabant is dit een 0-meting met deze methode. Een geografische vergelijking 2021 is voor onze provincie wel mogelijk (met andere gemeenten, regio's, provincies).

In de vragenlijst is per artikelgroep gevraagd waar men de laatste keer een bepaald artikel heeft gekocht: de "Yesterday"-methode. De "Yesterday"-methode heeft het voordeel dat recht wordt gedaan aan alle potentiële winkelgebieden en aan online aankoopgedrag. En geeft een meer precieze schatting van het ruimtelijk koopgedrag dan de "Everyday"-methode ('meestal' of 'doorgaans'), omdat ook kleinere winkelgebieden een kans krijgen in beeld te komen.



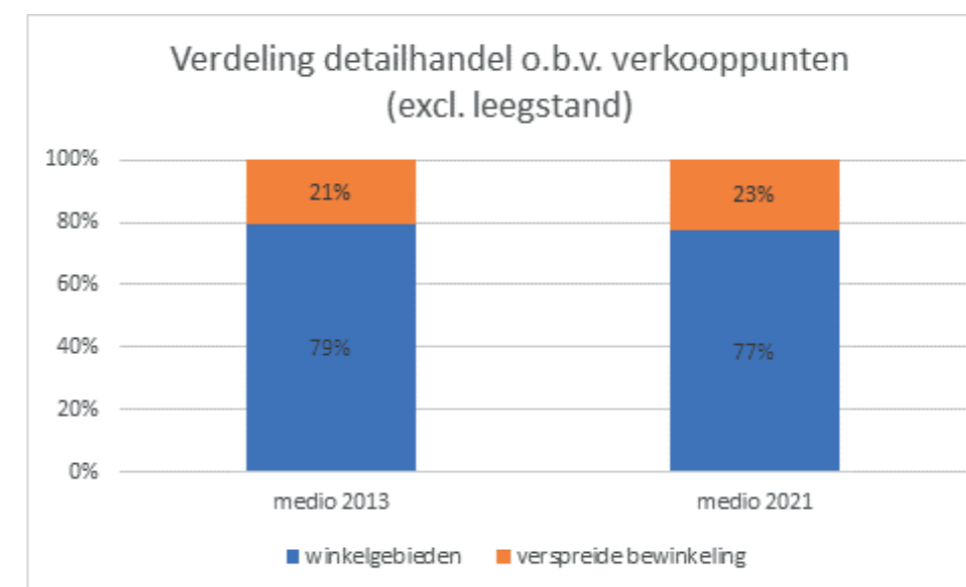
Bron: Seinpost: Marktperspectief supermarkten Helmond (november 2020; situatie 2020)

Het KSO 2021 maakt een benchmark (vergelijking) op basis van adressendichtheid en niet op klasse van inwonergrootte of bijvoorbeeld op basis van sociaal economische kenmerken en/of ligging. Vergelijkingen op basis van alleen adressendichtheid als indicator van "mate van stedelijkheid" nemen geen aspecten mee zoals sociaal economische kenmerken of bijvoorbeeld ligging van een gemeente. Die vergelijking heeft dus een beperking, net zoals alléén op basis van inwoneraantal vergelijken. Zo kan het dat in dit KSO een randgemeente van een stad met een hoge adressendichtheid maar verder geen stedelijke voorzieningen of functie en met name dagelijks aanbod, een dorp dus (Oegstgeest bij Leiden, 25.000 inwoners), in dezelfde categorie valt als de industriestad Helmond met centrumfunctie en 93.000 inwoners. Het KSO hanteerde ook al in eerdere jaren in andere provincies deze benchmarkmethode. Dus voor vergelijkbaarheid is dat ook in 2021 gedaan. Maar ook een vergelijking op alleen inwoneraantal is wat beperkt, want ook die neemt die aparte kenmerken en ligging niet mee.

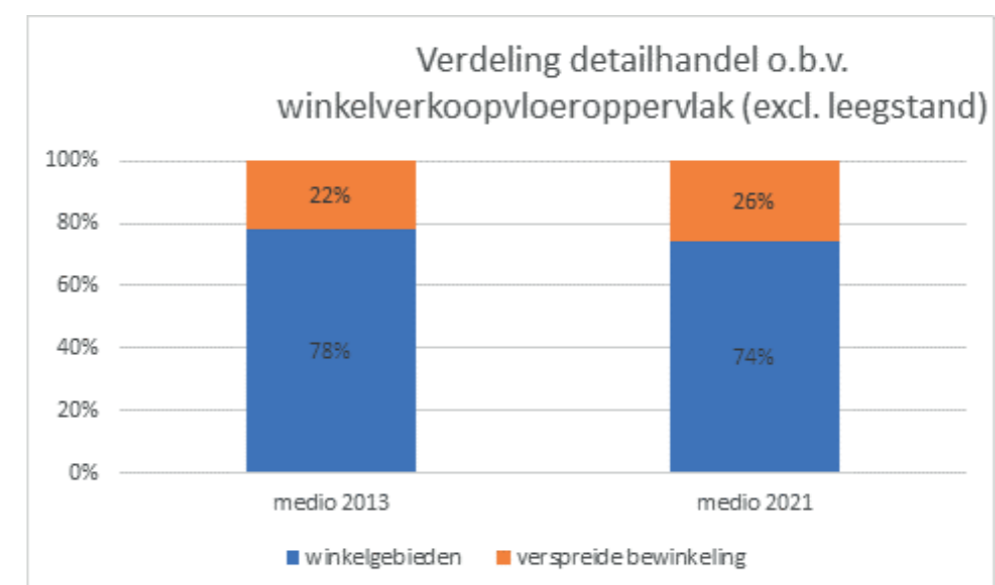
#### Verbeterpunten Helmond Centrum uit KSO 2021 – 12 keer en minder genoemd

Plek	Verbeterpunten - opmerkingen	Aantal keer genoemd
11	Onderhoud groen- en of openbare ruimte aandacht	12
12	Wegen: Veiliger fietspaden-wegen-voetgangersoversteken (diverse)	10
13	Uiterlijk panden verfraaien	9
	Minder ketens-meer (aandacht voor) lokale kleinere-authentieke ondernemers	9
14	Lagere huren voor winkels-horeca	7
	Beter fiets-parkeren- eventueel een beloning als op de fiets	7
15	Groen-nieuwe park(en) is goed, fijn!	6
16	Te veel horeca/oa teveel fastfood/te duur/geen nieuwe fastfood	5
17	Traverse weg, of lager of tunnel; minder verkeer over Traverse, liever Rondweg Zuid maken	4
	Promotie Centrum beter-meer	4
18	Meer supermarkten oa To Go en/of ook in combinatie met parkeren	3
	Aandacht voor duurzaamheid (bij ondernemers, bij wonen, openbare ruimte o.a. verlichting)	3
	Beter luisteren/communiceren naar-met bewoners	3
	Voetgangersgebied groter oa Havenweg/-plein-Kasteellaan-fietsen weg	3
19	Meer horeca	2
	Minder (lawaaierige) evenementen - denk aan bewoners	2
	Havenplein horeca aanpakken-ziet nu rommelig uit	2

#### Bijlage 8: Verhouding detailhandel Helmond in winkelgebieden en verspreid in percentages in 2013 en 2021



Bron: Locatus, bewerking Gemeente Helmond



Bron: Locatus, bewerking Gemeente

## Bijlage 9: Globale raming behoefte voorzieningen Helmond in relatie tot Schaa sprong 2040

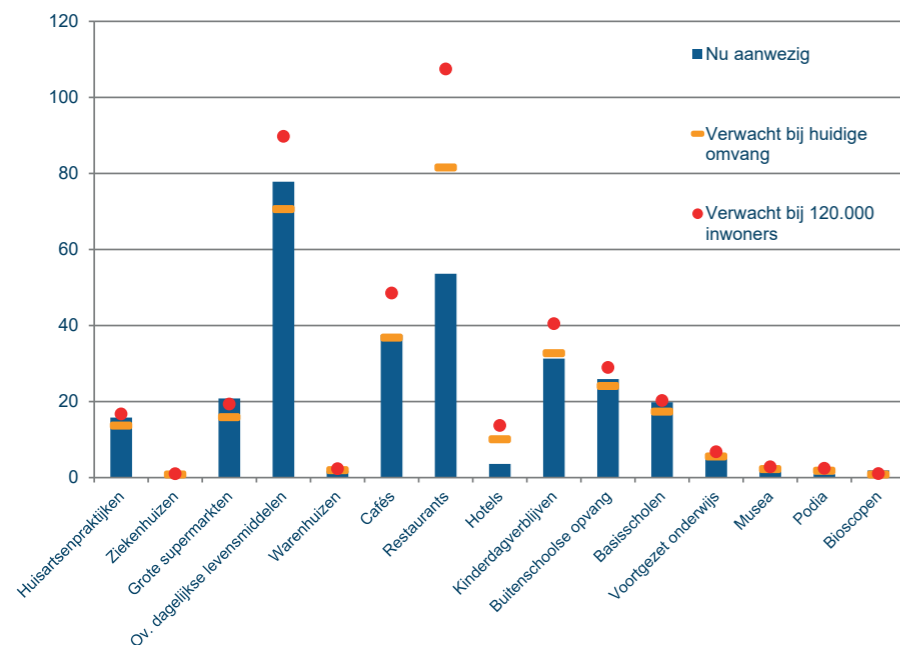
### Voorzieningenniveau in relatie tot de schaa sprong 2040

Helmond bereidt zich voor op de schaa sprong 2040 – om door te groeien naar een “120.000-plus” gemeente. Hierbij is het noodzakelijk dat het voorzieningenniveau meegroeit met de verwachte groei in inwoneraantal. Een belangrijke vraag is dan: welke uitgangspostie heeft het voorzieningenniveau van Helmond? Past dit bij het huidige inwoneraantal? Dat geeft richting aan de groeiopgave die bij de schaa sprong hoort.

Figuur 2.8 geeft de resultaten van de bijbehorende analyse die is uitgevoerd in relatie tot het voorzieningenniveau van Helmond. Hierbij is gebruik gemaakt van het voorzieningenmodel van Ecorys, dat aangeeft in welke mate het voorzieningenniveau (in omvang) past bij de grootte van de gemeente. Deze analyse maakt gebruik van CBS-statistieken over het huidige aantal voorzieningen dat aanwezig is in Helmond, en spiegelt deze aan het aantal voorzieningen dat alle andere Nederlandse gemeenten hebben in relatie tot het inwoneraantal.

Aangezien daardoor een benchmark ontstaat van het gemiddelde aantal voorzieningen dat bij een inwoneraantal past, kunnen zodoende ook uitspraken gedaan worden over het benodigde aantal voorzieningen bij een gegeven bevolkingsomvang – bijvoorbeeld wanneer de schaa sprong gerealiseerd wordt.

**Figuur 2.8: Huidige aantal voorzieningen binnen 5 kilometer in Helmond (2020), benodigde aantal bij huidige omvang van de stad en benodigde aantal voor een stad van 120.000 inwoners**



Bron: CBS Statline (2021), voorzieningenmodel Ecorys

Bron: Gemeente Helmond: Economische Visie Helmond 2030, pag. 21-22

Conclusie-analyse behoefte dagelijkse voorzieningen in de Economische Visie Helmond 2030:

“Helmond scoort goed op dagelijkse voorzieningen; er zijn al meer grote supermarkten en winkels voor overige dagelijkse artikelen dan verwacht op basis van huidige omvang. Het aanbod van met name leisure-/beleveniseconomie loopt reeds nu achter (...) Als de schaa sprong wordt gerealiseerd zou met name het aantal restaurants en hotels, en (in mindere mate ook) cafés, musea en podia moeten groeien.”

### Voor het detailhandelsbeleid geldt:

Dit is een zeer globale/grove raming, zeker voor wat betreft supermarkten. Voor supermarkten hebben we specifiekere analyses beschikbaar (zie bijlage 6 en tekst hoofdstuk 3, 3.2 Vraag en aanbod detailhandel Helmond – in perspectief). Door de dynamiek in het aanbod dagelijks, inclusief supermarkten en de online ontwikkeling, zullen periodiek actuele analyses van de distributieve ruimte/behoefte uitgevoerd moeten worden.

## Bijlage 10: Advies Regionale Adviescommissie Detailhandel SGE (RACD) 2020

Gemeente Helmond;

### Detailhandelsvisie gemeente Helmond

#### Introductie

De gemeente Helmond heeft in 2013 een lokaal detailhandelsbeleid vastgesteld. Tijdens de RACD vergadering van 10 februari 2020 is hierover een presentatie gegeven door de vertegenwoordigers van de gemeente waarna een discussie volgde met de RACD leden. Namens de gemeente Helmond waren Dirk van den Hombergh, Adil Marra en Nicole van Dam bij deze discussie aanwezig.

#### Reactiepunten uit vergadering

Gemeente Helmond werkt momenteel aan de omgevingsvisie en een centrumplan. Het college heeft behoefte aan een concreet actieprogramma. Helmond heeft een grote opgave in vermindering van het aantal winkelometers. De winkelspreiding in Helmond is erg groot. Hoe de gemeente Helmond dit wil gaan aanpakken, is voor de RACD nog onvoldoende duidelijk. Advies van de RACD aan de gemeente Helmond is: Durf te kiezen! Durf onder ogen te zien wat er aan de hand is. Probeer scherp te stellen op hetgeen voor Helmond echt belangrijk is en concentreer je op de centra.

#### Centrum Helmond

Voor het hoofdcentrum is verdere concentratie van het detailhandelsaanbod belangrijk en noodzakelijk. Het risico op retailvastgoed is groter geworden. Financiers en beleggers zijn terughoudend. Hoe groter het centrum, hoe groter het risico! Geconcludeerd wordt dat er een gemis is aan verblijfsfuncties. Zorg ervoor dat je ook andere aantrekkelijke functies in het centrum hebt dan alleen winkelfuncties. Maak het gebied interessanter om te bezoeken én te verblijven. Het gaat niet meer om alleen winkels. Advies is dan ook om een scan te maken van het ondernemersbestand in het centrum (leeftijd eigenaar, opvolging, etc.). Dit geeft inzicht in het toekomstperspectief van ondernemers, de kans op leegstand en de potentie voor verplaatsing naar betere locaties binnen het centrum.



Het centrum van Helmond kan worden versterkt door boodschappenfuncties (o.a. supermarkt) toe te voegen en aanloopstraten te saneren. In het centrum worden de komende jaren ongeveer 2000 woningen toegevoegd. Dit is een positieve ontwikkeling en stimuleert de multifunctionaliteit en betekent ook extra consumenten voor de boodschappenfuncties. De ontwikkeling van de Oranjekade en de aanleg van een stadspark aan de noordzijde van het kanaal betekenen zeker een upgrade voor het centrum. Het aanbod van horeca is erg goed ontwikkeld en de ondernemers hebben hun kans gegrepen. Zowel in kwaliteit als kwantiteit is het aanbod fors gegroeid.

#### Toetsingskader

Het Helmondse detailhandelsbeleid uit 2013 geeft nog een actueel toetsingskader. Dit kader is nodig om ontwikkelingen te kunnen beoordelen, te volgen en te sturen. Het toetsingskader dient ook als leidraad voor de wijkwinkelcentra.

#### Wijkcentra

In de wijkwinkelcentra overleven waarschijnlijk vooral de food-gerelateerde winkels. Het aanbod van supermarkten is nu groot. Zet daarom in op verplaatsing van bestaande winkels naar betere locaties. Zet zeker niet in op het verder vergroten van het totaal aanbod. De ambitie om voorzieningen te behouden te gunste van leefbaarheid in wijken is begrijpelijk maar weinig reëel. Centra met het meeste non-food aanbod zijn op dit moment de meest kwetsbare. Het is nu de hoogste tijd om het oude denken dat voorzieningen altijd in directe nabijheid moeten liggen, los te laten. Clustering op kansrijke locaties heeft wel toekomstperspectief. Het advies van de RACD is om met de omgevingsvisie en het omgevingsplannen de centra open te zetten om het clusteren van zoveel mogelijk zorg/dienstverleners en activiteiten met aantrekkende werking voor je centrum mogelijk te maken.

#### Doelgroepen

De RACD adviseert een scherpere focus op doelgroepen. Zoek verhalen waar bezoekers, ondernemers en inwoners trots op zijn en probeer deze maximaal te benutten. Wat zijn de waarden van de eigen inwoners? Probeer de inwoners eerst te binden net als de doelgroep jongeren. Door de aanwezigheid van 4 treinstations is Helmond goed bereikbaar maar ook makkelijk te verlaten om bijvoorbeeld naar Eindhoven te gaan. Verder wordt geconstateerd dat er een groot verschil is tussen de jonge generatie in Helmond (jonge bevolking) en het traditionele winkelaanbod. Een scherpere focus op doelgroepen wordt aanbevolen. Denk daarbij juist ook aan de eigen inwoners en hun (primaire) behoefte. Daar liggen volgens de RACD de meeste kansen.

#### Advies uitgebracht op 18 maart 2020

### Bijlage 11: Beoordeling winkelgebieden buiten hoofdwinkelgebied Helmond 2022

Totaalscores winkelgebieden 2022: op basis van RMC-toets en schouwresultaten

Hierna in de tabellen staat de beoordeling winkelgebieden op basis van de RMC-Toekomstbestendigheidstoets winkelgebieden gemeente Helmond (2018), de Schouw winkelgebieden (2018), de Update Schouw (2022) en update aspecten RMC-toets (grotere omvang in m2 winkelverkoopvloeroppervlak van 2 supermarkten).

#### Algemeen beeld winkelgebieden

Op basis van de geactualiseerde scores t.o.v. 2018 blijft het beeld in augustus 2022 ongeveer gelijk. De diverse winkelgebieden blijven in dezelfde categorie van toekomstperspectief.

#### Leegstand

De leegstand daalt sinds 2020 (zie bijlage 3). Maar omdat we de benchmarkcriteria van RMC 2022 niet kennen, kunnen we dat niet in kleurschema aanpassen, een andere kleur geven. Daling-stijging leegstand staat hieronder bij sterkte-zwakke vanuit de schouw.

#### Veranderingen winkelgebieden t.o.v. 2018

De Plaetse 0,5 punt hoger (was 9; iets verbeterde verblijfskwaliteit-groen), Heistraat 0,5 hoger (was 7,5; iets betere verblijfskwaliteit want meer woningen af en iets meer minder leegstand), Straakven 0,5 punt hoger (was 10,5; vergroting supermarkt) en Combicentrum 1 punt hoger (was 8; vergroting supermarkt en verplaatsen ingang naar achteren en daardoor parkeerterrein aan achterkant Jumbo beter benut en terrein voorzijde minder belast).

Winkelgebied	RMC TOETS 2018 met enkele updates t.o.v. aug 2022 (m2 grootste supermarkten Combicentrum en Straakven)								Update SCHOUW aug 2022*					Nieuwe TOTAAL SCORE 2022	
	Grootste winkelgebied	Focussed aanbod	Supermarkt aanbod	Grootste supermarkt(en)	Winkelvoorziening	Leegstand	Gebruiksintensiteit	Aankomst per haast	Nabijheid	Compatibiliteit	Binnenbereikbaarheid	Parkeerfuncties	Verrijfbaarheid		Onderhoudsstand verrijfing
Azaleelaan*	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
Torenstraat	1	1	1	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1	13
Brouwhorst	1	0,5	1	0,5	1	1	0,5	0,5	1	1	1	1	1	1	11
Combicentrum	1	1	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
De Bus	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
De Pleetse	1	1	1	1	1	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	10
Dorpsstraat Sliphout	1	1	1	0,5	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Heistraat	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
Hoofdstraat incl. De Hoefkens	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
Straakven**	1	1	1	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1	11
Vondellaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5
Solitaire winkels															
Lucas Gessel															
Dierdonk															
Suyckkade															
Rijdelberg															
Aldi Deltaweg															

\* totaalscore update RMC en schouw: afronding op hele cijfers

#### Legenda:

■ = goed = 1                     
 ■ = matig/ aandachtspunten = 0,5                     
 ■ = onvoldoende = 0

**Indicatoren RMC (kwantitatief; vergeleken met Benchmark):**

- Grootte winkelgebied
- Passend aanbod (dagelijks)
- Supermarkt aanbod
- Grootte supermarkt(en)
- Filialisering
- Leegstand
- Concurrentie
- Dagelijks aanbod per inwoner
- Inkomen
- Compactheid

**Aspecten schouw gemeente (kwalitatief):**

- Bereikbaarheid
- Parkeerfaciliteiten
- Verblijfskwaliteit
- Onderscheidend vermogen
- Ontwikkeling/Dynamiek

SAMENVATTING SCORE 2022	
Beperkt toekomstperspectief	0 t/m 5
Lucas Gassel	
Vondellaan	5
Toekomstperspectief met (veel) aandachtspunten	6 t/m 9
Azalealaan	7
Combicentrum	9
De Plaetse	9,5
Dierdonk	
Dorpsstraat Stiphout	5,5
Heistraat	8
Lidl Suyckede	
Rijpelberg	
Goed toekomstperspectief	10 t/m 15
Aldi Deitaweg	
Brouwhorst	10,5
De Bus	13,5
Hoofdstraat Mierlo-Hout	10,5
Straakven	11
Torenstraat	12,5

Sterkte-zwakte analyse op basis van Schouw 2018 en update Schouw 2022

**Schouw 14 & 20 december 2018 - aangevuld met Update schouw 4 en 10 augustus 2022 (rood)**

De update 2022 is uitgevoerd door de wijkmanager en accountmanager wijk economie (Gemeente Helmond/Afdeling Ondernemen en ontwikkelen).

**Combicentrum Mierloseweg Helmond-West**

**Sterktes**

- Sterk lokaal ondernemerschap
- Openbare ruimte op orde

**Zwaktes**

- Parkeercapaciteit Mierloseweg is beperkt voor overige winkels;  
2022: verbeterd want terrein achter Jumbo beter benut
- Functionele relatie met EMTE/toekomstig Jumbo kan beter; 2022: blijft aandachtspunt

**Toelichting op basis van schouw 10 augustus 2022:**

- Jumbo heeft de verbouwing gerealiseerd met verplaatsing ingang naar achterliggend parkeerterrein naast het Patronaat, ingang 2e Haagstraat. Op het parkeerterrein aan de Mierloseweg is nu meer capaciteit voor klanten van de overige winkels en voorzieningen in Combi- centrum-Mierloseweg. Knelpunt Parkeercapaciteit is beperkt voor de winkels aan de Mierloseweg winkels is dus grotendeels opgelost. En het parkeerterrein naast Patronaat wordt beter gebruikt.
- Ondernemers Combicentrum ervaren dit toch in de praktijk als een nadeel. Geen/minder spontane acties klanten aan de winkels aan de Mierlose weg, alleen gericht klantbezoek. Jumboklanten die parkeren aan de achterzijde bezoeken vaak alleen gericht de Jumbo. Het contact met de rest van het winkelcentrum is wat verloren gegaan.
- Opvallend: diverse niet-winkels zijn gevestigd in panden met voorheen winkels: Mierloseweg 13 A Makelaarskantoor. Daarnaast in het centrum: Automaterialen Fast Gear en Poke You, The Aloha Express. Pand voormalige slagerij Romonesco staat leeg. In de laatste 2 panden voor de zijstraat Nieuwstraat zitten resp. een yoga studio en welzijnswerk.

**Hoofdstraat 't Hout (Mierlo-Hout) en omgeving**

**Sterktes**

- Sterk supermarktaanbod
- Compleet lokaal en dagelijks aanbod
- 2022: Geen leegstand

**Zwaktes**

- Verbinding Jumbo – Jan Linders
- Krappe parkeercapaciteit rondom Jumbo, parkeerdruk beter verdelen (achter Jan Linders veel ruimte)
- Verkeersveiligheid (oversteek, inrit)

- Bereikbaarheid en doorstroming parkeerplaatsen verbeteren (nieuwe inrit?);  
2022: geen actie hierop genomen sinds 2018
- Gebiedsontwikkeling in opstart;  
2022: in gebiedsontwikkeling zit (nog) geen verbetermaatregel parkeren rondom Jumbo

**Toelichting op basis van schouw 10 augustus 2022:**

Geen leegstand. Pand van voormalige groenteboer is getransformeerd naar appartementen. Jan Linders heeft uitbreidingsplannen. Pand van Rabobank staat beneden leeg. Slegersstraat: nog een slijterij en een kinderschoenenwinkel. In Pastoor Elsenstraat Mulkens witgoed en Tapijthandel Tjissen. Winkels De Hoefkens-Mierloseweg (verlengde van Hoofdstraat, Noordzijde Spoor): geen dagelijks vers-aanbod zoals ook in 2018; divers: bloemen, cadeaus, schoonheidsspecialist, fietsenzaak, dierenbenodigdheden, herenmode, 2e hands meubels en diepvriesspecialist.





De Karper-Karperlaan: geen dagelijkse boodschappen meer; 1 x Action, 3 x horeca (café, afhaalpizzeria en snackbar) en 1 x dierenarts.

Cederhoutstraat: 4 voormalige winkelpanden; 1 leeg, 1 fitness, 1 kantoor eigen gebruik en 1 cafetaria. Verder in de straat een fysiotherapie in een woonhuis.

### **Straakven Helmond-Oost**

#### **Sterktes**

- Vernieuwingsoperatie met meer parkeercapaciteit en kwaliteitsimpuls openbare ruimte
- Uitbreiding Lidl
- Compact centrum voor dagelijks voorzieningen
- Goede bereikbaarheid
- 2022: Vrijwel geen leegstand meer (maar 1 pand)

#### **Zwaktes**

- Relatief weinig m<sup>2</sup> supermarkt; maar wel andere servicesupermarkt in de wijk - Azalealaan.

#### **Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:**

- Lidl's vernieuwing is afgerond en winkel is uitgebreid. Waarmee meer m<sup>2</sup>, modern formaat. Maar een 2e service supermarkt van elders erbij zou – alleen als verplaatsing - aantrekkelijkheid Straakven kunnen vergroten.
- Lidl is eigenaar van alle panden in het winkelcentrum. Er is 1 leegstaand pand. Waarmee de leegstand vrijwel weg is. Dit pand staat al heel lang te huur omdat Lidl specifieke eisen heeft met betrekking tot de opvulling van leegstaande panden. Slager Ad de Wilde gaat met pensioen, slagerij staat te koop. Sinds kort zit er een thuiszorgwinkel van Medicura.

### **Azalealaan Helmond-Oost (Bloemenbuurt)**

#### **Sterktes**

- Afhankelijkheid van Jumbo in voormalige Bernadette Kerk
- Lokaal ondernemerschap
- 2022: Geen leegstand

#### **Zwaktes**

- Parkeersituatie (dubbelgebruik omliggende functies)
- Onveiligheid in straat/omgeving
- Te weinig aanbod/kritische massa
- 2022: nog minder aanbod detailhandel dan 2018
- 2022: Scooterverhuur heeft te grote uitstalling op de stoep/passende functie?

#### **Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:**

- Afgezien van Jumbo dagelijks aanbod in winkelstrip bijna weg: kiloslager is nu ook weg, nog 2 detailhandelszaken over: tabakszaak (wil weg) en scootercentrum met PostNL-punt.
- Scootercentrum: Alle voor verhuur bestemde scooters staan op het trottoir. Volgens uitstallingsregels winkels in Nadere regels voorwerpen op of aan de weg 2016: mag in buurt- en wijkwinkelcentra slechts voor 30 % van de totale gevelbreedte een uitstalling staan, waarbij een minimum van 2 meter ruimte geoorloofd is, en niet meer dan 1 meter uit de gevel, niet hoger dan 2,2 meter en moet er minimaal 1,5 m vrije doorgang op de stoep overblijven voor voetgangers. Is dit de goede locatie voor deze zaak?
- En verder horeca en dienstverlening: Griekse grillroom en kapper.

### **De Plaetse Brandevoort**

#### **Sterktes**

- Supermarktaanbod (AH – Jumbo)
- Goede bereikbaarheid
- Voldoende parkeerruimte in parkeergarages

#### **Zwaktes**

- Maaiveld parkeren beperkt
- Matige verblijfskwaliteit (open, stenig, chill factor)
- Verbinding De Plaetse – Jumbo, grenzen van de retail
  - ▶ Compacter maken van het centrum
  - ▶ Vergroening van het centrum; 2022: vergroend met plantenperken en boom

#### **Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:**

- De openbare ruimte is inmiddels vergroend met plantenperken en een boom. Niet het gevoel van één samenhangend winkelcentrum door de rij leibomen aan de kant van AH. Die verhinderen zicht op de winkels aan de overkant: Kruidvat, Bakker, Slagerij. En door grote afstand tussen beide zijden.
- In een pand zit Fit Brandevoort: een fysiotherapie. Een stuk verder in de Herselsestraat zit Bodytec: personal fitness. Her en der verspreid zitten een kapper, een tandarts en wat andere bedrijvigheid in de vorm van webshops. Weinig kans op (spontaan) combi-bezoek 2 supermarkten en winkels/overige voorzieningen van De Plaetse door gericht bezoek aan supermarkten met parkeren in parkeergarages onder de supermarkt.



## Dorpsstraat Stiphout

### Sterktes

- Dagelijkse voorzieningen
- Naast winkels ook horeca-aanbod
- Investeringsbereidheid en ruimtelijke ontwikkelingen

### Zwaktes

- Afhankelijkheid supermarkt
- Beperkte clustering
- Versnippering van eigendom / beperkte samenwerking vastgoedeigenaren
- Hoeveelheid en snelheid doorgaand verkeer

- ▶ Doorgaand verkeer omleiden, vrachtwagens alleen voor laden en lossen
- ▶ Gebiedsontwikkeling?; 2022: gebiedsvisie wordt opgesteld waarin ook Dorpsstraat en supermarkt optimalisatie naar moderne servicesupermarkt – locatie? - wordt meegenomen. Concentratie winkel/horeca gebied: is organisch aan het gebeuren. Voorgesteld naar opstellers Gebiedsvisie: Kruising Dorpsstraat Elsdonk tot aan kruising Gerwense weg = t/m Il circo.

### Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:

- In voormalig pand van Loodgieter/witgoed aan de Dorpsstraat zit schoonheidssalon Dstress.
- Verspreide bewinkeling: in meester Strikstraat zit wolwinkel “Het Breipunt” (tot 2021 cafetaria Stippunt).
- Overzicht horeca gecheckt. Café D'n Brouwer is verkocht, niet zeker of dit als café blijft bestaan.

## Taftstraat Binnenstad: Suytkade/Annabuurt

### Sterktes

- Goede bereikbaarheid Lidl (ligt aan binnenring vanaf Station Helmond naar Kanaaldijk Zuid-West)
- Veel parkeercapaciteit
- Strategische ligging

### Zwaktes

- Afwezigheid ondersteunend (dagelijks) aanbod  
2022: Bestemmingsplan goedgekeurd om leegstaande units bij supermarkt te betrekken -> dagelijks aanbod wordt zo toch versterkt (vestiging ondersteunend (dagelijks) aanbod [winkel/horeca] niet gelukt)
- Parkeerplaats wordt ook gebruikt door omliggende scholen  
2022: Door nieuw bestemmingsplan komen er meer parkeerplaatsen, speciaal voor supermarkt

### Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:

Lidl gaat uitbreiden door de 2 leegstaande winkelunits erbij te betrekken. De werkzaamheden voor de realisering van extra parkeerplaatsen is gestart. Elders zit een fysiotherapie.

## De Bus Helmond-Noord

### Sterktes

- Goede bereikbaarheid
- Ruime (gratis) parkeercapaciteit
- Sterk dagelijks aanbod
- Verblijfskwaliteit overdekt centrum
- 2022: Geen leegstand

### Zwaktes

- Kwetsbaarheid van supermarkt ondersteunend aanbod  
2022: nieuw ondersteunend aanbod (Plus versmaaltijden; Vicenzo)

### Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:

- Geen leegstand doordat Plus Bouwmans de assortimentsuitbreiding met versmaaltijden in de leegstaande panden is gestart.
- Nieuwe ondernemer in pand van Supervlaid. Gaat verder onder de naam Vicenzo. Italiaanse koffie en pasta. Gaat open 12 augustus 2022. Heeft zij-ingang gemaakt om ook na sluiten van de hekken bereikbaar te zijn, vergunningaanvraag loopt.

## Vondellaan Helmond-Noord (in combinatie met supermarkt Linders Dijksestraat er tegenover)

### Sterktes

- Lokaal (onderscheidend) ondernemerschap
- Recente revitalisering van vastgoed

### Zwaktes

- Weinig zelfstandige trekkracht
- Verbinding (voetgangers) Jan Linders
- Beperkte parkeercapaciteit
- Lokaal verzorgende functie



#### Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:

- Vondellaan zelf: weinig detailhandel met dagelijkse levensmiddelen/boodschappen.
- Parkeerplaats; openbare ruimte en parkeerplaatsen zijn erg slecht. Wordt veroorzaakt door de boomwortels.
- Aanbod: Jan Linders-Dijksestraat
- Aanbod Vondellaan: 5 detailhandel: banketbakkerij De Swart (geen brood), snoepzaak De zoete inval, Fashioncorner kledingzaak, Parfumerie, Pedi Joy (alles voor de pedicure, ook webshop), bloemist (gaat stoppen). Verder: Nagelstudio en Privé sauna Royal Deluxe elegance.
- Sinds febr. 2022 Kozo Koeter Zorgatelier: dagbesteding voor verstandelijk gehandicapten en psychiatrische cliënten. Is een wasserij/stomerij/strijksalon.

#### Brouwhorst Brouwhuis

##### Sterktes

- Sterk aanbod in dagelijkse boodschappen
- Verblijfskwaliteit (schoon, heel en veilig)
- Twee supermarkten

##### Zwaktes

- Parkeersituatie (capaciteit versus dubbelgebruik treinstation)
- Concurrentie van Aldi aan de Deltaweg
- Toenemende leegstand  
2022: 3 units leeg

#### Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:

Op dit moment 3 leegstaande panden: AKO / reisbureau en groot pand (2 puien) naast de slijter en de opticien. Sinds kort nieuwe bloemist.

Door vertrek van AKO waren er geen kantoorartikelen meer te krijgen. Gerrit&Klazien hebben dit in assortiment opgenomen.

Zij gaan stoppen en met pensioen.

Jumbo wil uitbreiden/optimaliseren. Plannen passen niet, voorgesteld om met nieuwe eigenaar van het winkelcentrum te kijken naar de mogelijkheden van re-shuffle

Parkeerterrein achterkant Jumbo relatief slecht.

#### Wederhof Rijpelberg

##### Sterktes

- Moderne supermarkt Jumbo
- Voldoende parkeergelegenheid

##### Zwaktes

- Geen/weinig ondersteunende functies  
2022: is dat nodig gezien Brouwhorst?
- Beperkte mogelijkheden tot uitbreiding
- Lokaal verzorgend

#### Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:

- Openbare ruimte is erg slecht verzorgd. Bij de 2 fietsrekken staat het onkruid een meter hoog!

#### Lucas Galerij - Binnenstad: Leonardus, Heipoort, Vossenber

##### Sterktes

- Lokaal, onderscheidend ondernemerschap
- Voldoende parkeergelegenheid
- Lage huurprijs dus betaalbaar voor starters / ook weinig leegstand hierdoor

##### Zwaktes

- Omgevingskwaliteit beperkt
- Te weinig aanbod/kritische massa
- Bereikbaarheid matig
- Onderdeel van woonomgeving

► Onderzoek transformatiemogelijkheden

#### Toelichting op basis van schouw 4 augustus 2022:

- Geen winkels voor dagelijkse boodschappen.
- Aanbod: 1 detailhandel: Withagen verlichting; verder dienstverlening/health en horeca: kapper, zonnestudio, café, nagelstudio en Helmond Zorg, tandtechnisch laboratorium.  
Aan achterzijde zit het aquariumcentrum.





## Heistraat - Binnenstad: Leonardus, Heipoort, Vossenber

### Sterktes

- Lidl is een duidelijke trekker op winkelplein
- Pleinfunctie met parkeerfunctie (winkelhart in potentie)
- Bijzonder/specifiek en onderscheidend aanbod (specialiteiten, ambachten, buitenlands aanbod, etc.)
- 2022: weer nieuwe woningbouwprojecten met aansprekende architectuur gereed, zo gaten gevuld wat verblijfskwaliteit verbetert

### Zwaktes

- Grote functiemix (wonen, winkels, leegstand) en afwisseling van kwaliteit
- Introverte uitstraling van winkels (veel afgeplakt e.d.)
- Beperkte parkeer capaciteit
- Onoverzichtelijke verkeerssituaties (verkeerd parkeren/stoppen/laden/lossen onder meer)
- 2022: telkens bij nieuwe ondernemers eigen “kijk” op uitstallingen op de stoep/hinder.

### Toelichting:

- Voor de visie op de Heistraat ontwikkelt de gemeente met partners uit de wijk een plan.
- In de panden is een diversiteit aan bedrijvigheid, ook kantoorfuncties.
- Bij het wijkbeheer is een volledig beeld van wensen; o.a. voor de mogelijkheid om meer Horeca I toe te staan (nu maximaal 4 op basis van Bestemmingsplan).  
Wens/punt uit Versterkingsplan Binnenstad onderzoeken (vorm van /zachte/invloed uitoefenen op) branchering i.s.m. ondernemers, vastgoed, adviseur leefbaarheid, wijkmanager etc.

### Enkele algemene constatering Update Schouw 4 en 10 augustus 2022:

1. Relatief weinig leegstand (alleen in Brouwhorst)
2. Openbare ruimte vaak erg slecht onderhouden (veel onkruid e.d. ).
3. Steeds vaker andere ondernemingen (dienstverlening, (afhaal)horeca) dan detailhandel (voor dagelijkse boodschappen) in de winkelcentra en winkelstrips.
4. Verspreide bewinkeling:

Op verschillende plaatsen in de wijken zijn nog winkels/detailhandel ondernemende activiteiten gezien, de zogenaamde “Verspreide bewinkeling”, zoals:

- Dijksestraat: het gaat dan waarschijnlijk om bestemmingen die op een enkel perceel rusten (nader uit te zoeken).
- In Burgemeester van Houtlaan: Verstappen Interieur naast de opvanglocatie van het Leger des Heils. De opvanglocatie ziet er niet uit, geeft veel overlast.  
Verstappen is ook de eigenaar van de winkelpanden grenzend aan zijn pand en dan links de Molenstraat in (New York Pizza). In die rij nog winkelpanden met een schoonheidsspecialist en Stella fietsen.
- Pand Evertsenstraat (vroeger Vereijken Stoffen): zit nu een dans- fitness studio

## Bijlage 12: Mening over ontwikkeling Helmond Centrum uit KSO 2021

(extra KSO-vragen Gemeente Helmond – alle soorten bezoekers)

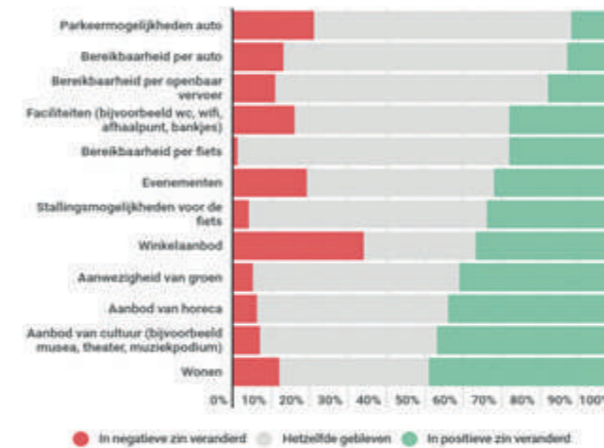
### Uitsplitsing mening bezoekers (= excl. inwoners) en inwoners

Mening over de ontwikkeling van Helmond centrum

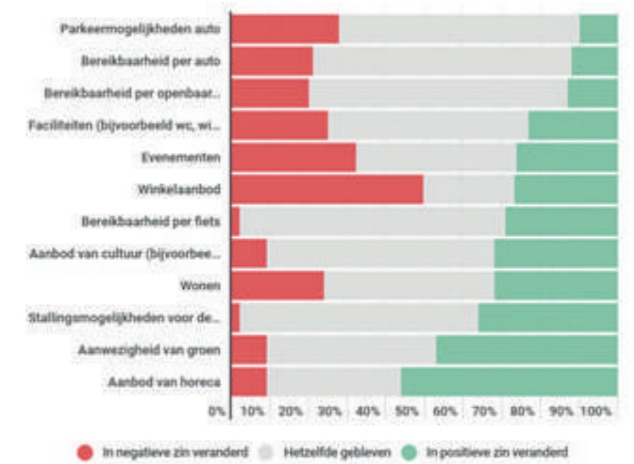
Gevraagd is aan bezoekers (inwoners en niet-inwoners) die de afgelopen drie jaar één of meerdere keren in het centrum zijn geweest, hoe zij de ontwikkeling van het centrum de afgelopen 10 jaar waarderen. Hierbij kunnen we een onderscheid maken tussen inwoners van Helmond en mensen van buiten Helmond.

Zowel inwoners als bezoekers van Helmond vinden dat vooral het winkelaanbod de laatste 10 jaar in negatieve zin is veranderd. Het aandeel respondenten met deze mening ligt onder de inwoners zelfs nog iets hoger dan onder de bezoekers. Bezoekers van buiten Helmond vinden vooral dat wonen, het aanbod van cultuur, aanbod van horeca en aanwezigheid van groen in positieve zin zijn veranderd. Inwoners zijn het meest positief over de ontwikkeling van aanbod horeca, groen en stallingsmogelijkheden voor de fiets en wonen.

### Totaal bezoekers Helmond



### Totaal inwoners



Bron: KSO 2021 – Extra vragen gemeente Helmond



### Bijlage 13: Overzicht gewenste specifieke winkels/soort winkels Helmond Centrum uit KSO 2021

(vraag gesteld aan inwoners bij extra KSO-vragen Gemeente Helmond)

Geel = specifieke winkel

Overig = soort winkel

Soort winkel	Aantal genoemd
ABNAMRO	1
Aldi	1
AMAC	1
Babyzaak	3
Betaalbare winkels	4
Betere ketens	1
Betere kleding-/schoenenwinkels	8
Bloemen- en plantenzaak	2
Boekhandel	3
Boetiekjes/kleine winkeltjes	23
Bonita	1
Cadeauwinkel	3
Colourful Rebel	1
Computerzaak	1
Damesmodezaken	3
Decathlon	1
Designer winkels	1
Dierenspeciaalzaak	2
Dille en Kamille	2
Diverser aanbod kledingwinkels	5
Doe-het-zelfzaak	8
Elektronicawinkel	10
Esprit	3
Exclusievere winkels	2
Foodwinkel	1
Fotospeciaalzaak	3
Genoeg/gratis parkeergelegenheid	2
Groen	1
Grote winkelketens	22
Groter aanbod kledingwinkels	2

Soort winkel	Aantal genoemd
Groter aanbod kledingwinkels	15
Groter aanbod kledingwinkels jeugd	1
Groter winkelaanbod hogere segment	1
Groter winkelaanbod ouderen	1
Groter/beter aanbod schoenenwinkels	11
Groter/breder/diverser winkelaanbod	50
H&M Home	1
Hobbywinkel	8
Kampeer/outdoorwinkel	1
Kik	1
Kinderkledingwinkels	5
Kledingswinkels hogere segment	6
Kledingswinkels met apart aanbod	1
Kledingwinkels grote maten	9
Kledingwinkels middensegment	1
Kledingwinkels voor mannen	2
Kledingwinkels voor ouderen	1
Kwalitatief beter winkelaanbod	12
Lush	2
Luxe speciaalzaken	1
Luxe winkels	5
Mango	1
Mediamarkt	4
Meer bijzonder winkelaanbod	1
Merkkledingzaken	6
Meubelzaak	1
Modelbouwwinkel	1
Mooie gevels	1
MS Mode	1
Muziekwinkel	3

Soort winkel	Aantal genoemd
My Jewellery	1
Openbare toiletten	7
Overdekte markt	1
Polosmak	1
Porseleinwinkel	1
Primark	6
Score	1
Sfeer	4
Sieradenwinkels	1
Slager	3
Slijter	1
Speciaalzaken	7
Speelgoedwinkel	1
Spellenwinkel	1
Sportwinkel	1
Sting	1
Streekwinkel	1
Stripboekenwinkel	1

Soort winkel	Aantal genoemd
Takko	1
Te veel leegstand in centrum	10
TK MAXX	4
Toko	1
Traiteur	1
Tweedehandswinkel	2
Uniqlo	1
Verlichtingszaak	1
Verswinkel	2
Viswinkel	1
Warenhuis (zoals V&D of Bijenkorf)	55
Winkel met duurzaam assortiment	2
Winkels die geen deel uitmaken van keten	14
Winkels voor huishoudelijke artikelen	1
Witgoedzaak	1
Zara	3
Zara Home	1



## Bijlage 14: Evaluatie algemene speerpunten en winkelgebieden Detailhandelsbeleid 2013

Evaluatie Algemene Speerpunten 2013	Stand van zaken 2021	Evaluatie
A. Het faciliteren van de dynamiek binnen de detailhandel	<p>Initiatieven vanuit de markt zijn waar mogelijk gefaciliteerd conform het beleid, met een vanaf 2017 actiever accountmanagement economie, in samenwerking met centrum- en wijkmanagement. In het centrum is daar bovenop ingezet op acquisitie van retail en horeca sinds 2017 (mede door acties als Win je Winkel en Franchise Event), zie verder onder speerpunt Leegstand tegengaan.</p> <p><b>Conclusie: diverse acties zijn uitgevoerd en hebben als zodanig de dynamiek binnen de detailhandel gefaciliteerd.</b></p>	+
B. Koopgedrag hanteren als leidraad voor positionering van winkelgebieden.	<p>De positionering van winkelgebieden is niet wezenlijk veranderd, al hebben enkele centra wel te maken met meer concurrentie, waardoor de functie gestaag verandert. Het koopstromenonderzoek van MRE (2017) liet zien dat Helmond als geheel en ook het centrum slechts beperkt de functie van centrumstad vervult voor de Peel. Het KSO 2021 Provincie Noord-Brabant laat zien dat dit beeld anno 2021 globaal nog gelijk is, ook vergeleken met benchmark-gemeenten uit het KSO, voor Helmond totaal.</p> <p><b>Toevloeiing Helmond totaal:</b> Bij recreatief komen bestedingen voor 21% uit alle grensgemeenten samen [en 8 % elders van KSO gemeenten incl. 2 % toerisme], bij doelgericht 23 % uit de grensgemeenten [en 4 % van elders KSO gemeenten incl. 2% toerisme], bij vergelijkbare gemeenten is dat 10% respectievelijk 15 % hoger. En bij dagelijks 4% uit de grensgemeenten, bij vergelijkbare gemeenten is dat 6% hoger. Laarbeek heeft relatief de grootste oriëntatie op Helmond van de grensgemeenten (8%) bij recreatief, bij andere sectoren is dat meer gelijk verdeeld over de grensgemeenten.</p> <p>Bij het centrum is dat beeld wat anders. Percentage bestedingen van elders/uit de grensgemeenten is wat hoger (ofwel toevloeiing).</p> <p><b>Toevloeiing Helmond centrum:</b> Herkomst recreatief Helmond centrum uit grensgemeenten samen is 26% [+ nog 5 % van elders van KSO gemeenten], bij doelgericht 23 % [en 3% van elders KSO gemeenten ] en dagelijks 4 % [en 3% elders van KSO gemeenten]. Herkomst percentages van buiten de gemeente (toevloeiing) is voor wat betreft het centrum meer vergelijkbaar met Benchmark-gemeenten, steeds iets lager: 4% lager bij recreatief, 3% bij doelgericht en 3 % bij dagelijks.</p>	+/-

Evaluatie Algemene Speerpunten 2013	Stand van zaken 2021	Evaluatie
C. Het stimuleren van ruimtelijke concentratie.	<p>Zowel het aantal verkooppunten detailhandel als het totaal aantal m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlak is in de periode 2013 – 2021 afgenomen. En dit resulteerde deels in ruimtelijke concentratie, met name in het centrum. Respectievelijk van 537 verkooppunten (in gebruik zijnde) detailhandel in 2013 naar 455 in 2021 (afname 15%). En van 162.391 m<sup>2</sup> winkelverkoopvloeroppervlak (wvo) in 2013 naar 151.000 m<sup>2</sup> in 2021 (afname 7%). Het winkelverkoopvloeroppervlak is minder afgenomen dan het aantal verkooppunten en er is dus sprake van schaalvergroting.</p> <p>Het aantal (wijk)winkelcentra is gelijk gebleven, maar er zijn sinds 2013 nog twee solitaire supermarkten (één in Brouwhuis en één in Suytkade (discounters)) toegevoegd met een groot marktgebied, mede door ligging langs doorgaande weg respectievelijk de centrumring. En dat is dan weer geen concentratie maar verspreide bewinkeling.....</p> <p><b>Intensiveren en concretiseren ruimtelijke concentratie:</b> De gemeente heeft Centrumperspectief Helmond 2030 (2017) en Centrum+ (2020) vastgesteld. Hiermee maakte Helmond wél een concrete start met compacter maken van het kernwinkelgebied, met name het transformeren van de aanloopstraten aan de Noordoostelijke rand van het kernwinkelgebied. Hier was veel leegstand (Binderseind-Marktstraat-Ameidewal-Molenstraat tot Zuideinde):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Een enkele voor het centrum interessante winkel (muziekwinkel) is “verleid” om zich van Binderseind naar het kernwinkelgebied te verplaatsen, Elzaspassage (verplaatsing naar de kern verloopt in veel gemeenten moeizaam, Stec groep, jan 2022).</li> <li>- Ook is de transformatie van de oostelijke randzone / aanloopstraten (Binderseind-Marktstraat, Ameidewal, Molenstraat) ruimtelijk vertaald in het nieuwe Bestemmingsplan Centrum (d.d. 8 januari 2022): Uitsterfbestemming detailhandel en horeca II op gevulde panden, wegbestemming detailhandel en horeca II op leegstaande panden en verbreden bestemming naar wonen op de begane grond op alle panden.</li> </ul> <p><b>Conclusie: De diverse acties ter stimulering van ruimtelijke concentratie beginnen resultaten op te leveren, zie ook onder speerpunt Leegstand tegengaan.</b></p> <p>Ook zijn er pogingen ondernomen om te komen tot meer ruimtelijke clustering binnen de winkelgebieden buiten het centrum, maar deze hebben tot op heden weinig effect gehad. Vooral bedrijfs-economische redenen spelen hierbij een rol (vastgoedposities, ruimte voor investeringen en hogere huren).</p>	+/-



Evaluatie Algemene Speerpunten 2013	Stand van zaken 2021	Evaluatie
D. Het verminderen van verspreide bewinkeling buiten de winkelcentra.	<p>Verspreide bewinkeling is in aantal verkooppunten detailhandel sinds 2013 juist licht toegenomen: van 21% naar 23%. De totale omvang in winkelvloeroppervlakte nam nog meer toe: van 22% naar 26%, dus dat betekent ook schaalvergroting. Zie Bijlage 8. Detailhandel in winkelgebieden en erbuiten (in %) in 2013 en 2021.</p> <p>Medio 2021 lagen er 103 verspreide verkooppunten detailhandel [= buiten de benoemde winkelconcentraties], goed voor ruim 38.750 m<sup>2</sup> vwo. Hiermee ligt medio 2021 bijna een kwart (23 %) van het winkelaanbod in Helmond verspreid en niet in een ruimtelijke concentratie. En van de verspreide verkooppunten (detailhandel én niet-detailhandel) stonden er medio 2021 12 leeg (1.400 m<sup>2</sup> vwo). De vestiging van de Aldi Brouwhuis aan de Deltaweg (verplaatsing vanuit stadscentrum Noord-Koninginnewal) en Lidl Suytkade zijn mede oorzaak van de toename in verkooppunten en van schaalvergroting.</p> <p><b>Conclusie: speerpunt verminderen verspreide bewinkeling is niet behaald.</b></p> <p>Aangevuld kan worden dat in 2023 wel een grootschalig verkooppunt detailhandel buiten de winkelcentra (Europaweg-voormalige De Greef stoffen) getransformeerd gaat worden naar wonen.</p>	-
E. Schaalvergroting (van supermarkten en andere) op de juiste plek faciliteren.	<p>Het supermarktaanbod is verder toegenomen sinds 2013. Hier was vooral sprake van schaalvergroting en het toevoegen van twee supermarkten buiten de winkelgebieden (Suytkade Lidl en Deltaweg Aldi). Het gaat om een krappe (verdringings-)markt. Recente berekeningen laten zien dat in 2020/2021 Helmond ruim 700 m<sup>2</sup> teveel aan vwo supermarkten heeft, inclusief enige harde plannen (Seinpost, Marktperspectief supermarkten Helmond, 2020). Met name Lidl droeg hier aan bij. Aldi betrof verplaatsing (ook groter), maar de oude locatie Noord-Koninginnewal is ook nog steeds detailhandel-supermarkt.</p> <p>In enkele wijkcentra is ook enige schaalvergroting op de juiste plek gerealiseerd: bv. vergroting supermarkt binnen bestaand winkelcentrum door bijtrekken van leegstaande winkelunits (Plus in WC De Bus en Jumbo in WC Hoofdstraat) of enige schaalvergroting en verbetering op bestaande plek (Supermarkt in Combicentrum Mierlose weg). En de gemeente werkte in 2021 mee aan bestemmingsplanwijziging ten behoeve van vergroten supermarkt Suytkade door bijtrekken 2 bestaande al jaren lege winkelunits binnen bestaand gebouw. Redenen meewerken: het ligt in de centrumzone waar in komende 10-15 jaar veel nieuwe woningen komen en terugdringen leegstand – vullen van twee units in zelfde gebouw. In Stiphout is schaalvergroting inclusief verbetering parkeren van supermarktaanbod gestagneerd. Een nieuwe wijkgebiedsvisie moet bijdragen aan het oplossen van die stagnatie.</p> <p><b>Conclusie: Schaalvergroting supermarkten ja, juiste plek: deels.</b></p>	+/-

Evaluatie Algemene Speerpunten 2013	Stand van zaken 2021	Evaluatie
F. Zondag openstellingen	<p>Dit was een speerpunt en hiervoor zijn de winkeltijden in de lokale verordening al in 2013 verruimd. In Helmond is openstelling sinds 2013 iedere zondag mogelijk (Verordening winkeltijden Helmond 2013). Niet alle winkels doen alle zondagen ook mee. De verruimde winkeltijden zijn in 2016 geëvalueerd en men was tevreden. De gemeenteraad stelde december 2021 een kleine liberalisering in sluitingstijden vast: geen verplichte sluiting om 19.00 uur op Goede Vrijdag, 4 mei en 24 december en tijdens evenementen mogen kramen op standplaatsen ook op zon- en feestdagen open.</p> <p><b>Conclusie: zondag-openstellingen zijn gerealiseerd.</b></p>	+
G. Leegstand tegengaan	<p>De leegstand Helmond totaal nam gemeten in verkooppunten (detailhandel én niet-detailhandel) jarenlang toe, van 8% in 2013 naar 12 % in 2019. Hij stabiliseerde op 12 % hij in 2020 maar <b>nam af naar 10 % in 2021</b>, (even hoog als referentiegemeenten 50.000-100.000 inwoners). Dat waren 93 leegstaande verkooppunten in 2013 (38 centrum = 41 % van totaal; 55 erbuiten) en 102 (59 centrum= 58% van totaal; 43 erbuiten) medio 2021. Constatering in Factsheet Detailhandel 2021 is dat daling voor een deel komt door transformatie, met name naar wonen, en dat daling ook landelijk de trend is, ook door onder meer transformatie.</p> <p>Uitgedrukt in winkelverkoopvloeroppervlak steeg de leegstand van 16.461 m<sup>2</sup> in 2013 naar 23.000 m<sup>2</sup> in 2021, zijnde 12 % van de totale winkelverkoopvloeroppervlakte in Helmond.</p> <p><b>De leegstand in het centrum was in 2013 8 % en in 2021 15 %. Na 2019 is een dalende trend zichtbaar in het centrum en eerder dan in Helmond totaal:</b> want stijging tot 17 % in 2019, maar in 2020 16 %, en nu dus 15 %, lager dan vóór de coronacrisis.</p> <p>Ruim de helft van de leegstand is wel nog steeds te vinden in het centrum terwijl hier 1/3 deel van het aanbod verkooppunten (detailhandel en niet-detailhandel) ligt. Dat grotere aandeel hangt grotendeels samen met het grote aandeel winkels recreatief, vooral Mode &amp; Luxe, in het centrum (ook in andere steden). En vooral die branche heeft te maken met een grote toename Online t.o.v. fysieke bestedingen, landelijk.</p> <p>In Helmond blijkt die trend ook (KSO 2021): Helmondse inwoners besteedden 34 % (!) recreatief Online, 42 % fysiek in Helmond zelf, 13 % in Eindhoven en 11 % elders in 2021. Ofwel een afvloeiing van 58%. Een deel Online komt toch lokaal terecht (o.a. lokale webshops van lokale fysieke winkels, ketenwebshops met fysieke winkel).</p> <p>En met name de groep 25-45 shopt online (algemeen voor 3 onderzochte provincies Randstad en Noord-Brabant). Hoewel hier een corona-effect in zal zitten was toename Online in Mode en Luxe al voor corona zichtbaar.</p>	+/-



Evaluatie Algemene Speerpunten 2013	Stand van zaken 2021	Evaluatie
G. Leegstand tegengaan	<p>Met name in het Centrum is tegengaan leegstand, vanwege de grote toename sinds 2013, een speerpunt en hoofdreden van programma- en visies Centrum (2017 en 2020). Net zoals in vergelijkbare middelgrote centra in Nederland al enkele jaren. Gemeente Helmond zet sinds 2017 in op transformatie leegstaand vastgoed en op acquisitie. Ook heeft zij economische projecten uitgerold om het bestaande ondernemerschap in het centrum te ondersteunen en nieuw ondernemerschap aan te trekken, overlegt vaker met pandeigenaren, geïntensiveerd in de coronacrisis i.v.m. huurtegemotelingen. Tot slot heeft zij faciliteiten voor winkelende en overige centrumbezoekers verbeterd of nieuwe toegevoegd in het winkelgebied, in samenwerking met partners, naast verbeteren van de openbare ruimte. Toevoegen van wonen in en bij het centrum heeft als doel meer bezoekers en dus draagvlak voor winkels.</p> <p>Concrete resultaten leegstands-aanpak centrum:            Transformatie naar wonen/maatschappelijk:            - In de oostelijke en zuidelijke randzone kernwinkelgebied centrum is in 2019/2020/2021 op diverse plekken transformatie van leegstaande (winkel/kantoor/maatschappelijke) panden/complexen naar wonen gerealiseerd door verbouwing of nieuwbouw (Molenstraat, Koninginnewal en Kasteel-Traversal) of naar cultuur (Home Computermuseum Koninginnewal).            - Er loopt een herontwikkeling Watermolenwal/Marktstraat en achterliggend gebied om divers leegstaand (winkel- en ander) vastgoed te transformeren naar wonen (Marktkwartier).            - Toevoegen van veel woningen aan de Noordzijde van het centrum (bouw gestart in 2021: Oranjekade en de Weef in Burgemeester Geukerspark) en in de toekomst nog meer (Schaalsprong: extra wonen in- en om het centrum).            De voltooide transformatie naar wonen van 4 kantorencomplexen in het stationsgebied nabij het centrum (2019-2022) moet ook aan draagvlak centrum winkels/voorkomen leegstand bijdragen.            Huurmatiging door pandeigenaren:            - Eigenaar Elzas passage is sinds enige jaren zeer actief om leegstand aan te pakken bv. met flexibele huurconstructies, verbouwingen en tijdelijke vulling. Ook andere eigenaren, mede door de coronacrisis, hebben huren aangepast.            Tijdelijke vulling met maatschappelijke/creatieve/culturele initiatieven:            - Sinds eind 2021 is centrummanagement projectleider Helmond van de aanpak Volop Helmond: tijdelijke vulling van leegstaand vastgoed met maatschappelijk-culturele initiatieven. Doel: verhogen aantrekkelijkheid winkelgebied (gevulde panden).            Op langere termijn mogelijk echte afname leegstand door succes van deze initiatieven (ze worden reguliere huurder) en doordat minder leegstand weer andere ondernemers/starters aantrekt (beter imago centrum, meer traffic).</p>	+/-

Evaluatie Algemene Speerpunten 2013	Stand van zaken 2021	Evaluatie
G. Leegstand tegengaan	<p>Volop enthousiasmeert en stimuleert ook pandeigenaren in het algemeen tot alternatieve wijze aanpak leegstand.</p> <p><b>Economische projecten:</b>            - Projectmatige/extra acquisitie centrum 2017-2019, wat enige winkels en nieuwe horeca opleverde, daarna doorlopend via Centrummanagement/gemeente/pandeigenaren            - Gemeente, eigenaar Elzas Passage en Rabobank organiseerden de wedstrijd Win je Winkel: startende ondernemer die eerste wordt wint een jaar geen huur betalen. Anno 2022 bestond deze winkel – al bijna 3 jaar – nog steeds.            - Gemeente en partners organiseerden tweemaal een Franchise Event: bijeenkomst om nieuwe ondernemers te enthousiasmeren voor starten als Franchisenemer.            - Broedplaatsaanpak: stimuleren nieuw ondernemerschap in leegstaande panden, zoals De Kluis in ABN-AMRO-pand op de Traverse.            - Nieuw Startersbeleid (sinds 2021) en intensiever relatiebeheer.            - Daarnaast blijft het centrummanagement actief in het vitaal en aantrekkelijk houden van het centrum zoals door regelmatig extra activiteiten te organiseren, onder meer op koopzondagen en voor kinderen, óók in coronatijd.</p> <p><b>Faciliteiten en verbeteren openbare ruimte met doel langer verblijf:</b>            - Nieuw centrumpark Burgemeester Geukerspark geopend in 2020 en daarin waterspeeltoestel en literaire speeltuin (in 2022) en ook daarin nieuw horecapaviljoen.            - Nieuw openbaar en goed toegankelijk openbaar toilet ook voor minder validen en met faciliteiten voor kinderen geopend (december 2021) in Elzas Passage door inspanning en financiering pandeigenaar en gemeente.            - Aansluiting Elzaspassage parkeergarage op Gepast Parkeren systeem gemeente (inrijden met kenteken en korting op parkeren).            - Waterspeeltoestel gerealiseerd op de Markt (2022)            - Realisatie meer kunst in de openbare ruimte (nieuwe openlucht galerie Lucas Gassel – Watermolenwal beeld Lucas Gassel in Burgemeester Geukerspark) en meer Murals:            *op en onder Traverse-viaduct, meerdere plaatsen, onder meer om route Theater Speelhuis en Museum-Kunsthuis kunstzinnig met elkaar te verbinden            *op gebouwen, op zijkant bibliotheek (Lucas Gasselafbeelding) en op gebouw bij Traverse (Ridder).</p>	+/-



Evaluatie Algemene Speerpunten 2013	Stand van zaken 2021	Evaluatie
G. Leegstand tegengaan	<p><b>Marktontwikkeling leegstand: transformatie naar horeca:</b></p> <p>- Zoals in veel gemeenten is leegstand winkels (m.n. Noordzijde Markt, Ameidewal, Kerkstraat, Kamstraat) ook vanaf 2012 deels opgelost door nieuwvestiging horeca, deels ketens, deel lokale ondernemers. Het vorige centrum bestemmingsplan liet dat al toe.</p> <p>De leegstands aanpak in het centrum begint dus na 5 jaar concrete resultaten op te leveren (daling leegstand), maar is ook een proces van de lange adem.</p> <p>De perifere locaties consolideren hun positie in de winkelstructuur. Hier is relatief weinig dynamiek. In sommige gebieden is de leegstand gemeten in verkooppunten in 2021 ten opzichte van 2013 wat toegenomen (Engelseweg en omgeving van 1 naar 3, De Bus van 0 naar 2), gelijk gebleven (Heistraat: 7) of juist afgenomen (Brandevoort van 6 naar 2 en Stiphout van 4 naar 2).</p> <p>Op sommige plekken vindt daar ook transformatie plaats, aan de randen naar wonen, of bijvoorbeeld schaalvergroting door bijtrekken al langer leegstaande winkelpanden bij supermarkten. Als mogelijk en nodig werkt de gemeente hieraan mee, bijvoorbeeld door aanpassen bestemmingsplan, verlenen (bouw)vergunningen en/of herinrichten openbare ruimte. Dit valt dan tevens onder "Schaalvergroting op de juiste plek faciliteren".</p> <p><b>Conclusie: de leegstand is tegengegaan en sinds 2017 voor wat betreft het centrum actief tegengegaan via diverse sporen (acquisitie, promotie, ondersteunen ondernemerschap/startersbeleid/relatiebeheer, bestemmings-planwijziging, huurmatiging door eigenaren, tijdelijke vulling (o.a. Volop/Broedplaatsen aanpak, transformatie, verbetering openbare ruimte en meer faciliteiten t.b.v. langer/aangenamer verblijf) en begint vruchten af te werpen!</b></p>	+/-

Evaluatie per winkelgebied		Thema	Karakter	Functie	Inzet van beleid
<b>Centrum (hoofdwinkelgebied)</b>	<b>Beleid 2013</b>	<i>De ontmoetingsplaats</i>	<i>Levendig en Sfeervol</i>	<i>Winkelen en recreatie</i>	<i>Centrum van de Peel</i>
	<b>Evaluatie 2021</b>	<p>Leegstand vormt nog een structureel probleem (15 % staat leeg medio 2021, 2x zoveel als in 2013, wel afnemend sinds 2019). Het Centrumperspectief Helmond 2030 en Centrum+ biedt wel duidelijke uitgangspunten voor beleid. Er is een onderscheid gemaakt tussen kernzone, mengzones en ondersteunende cultuurzone en horeca. Als uitwerking van het Centrumperspectief worden de aanloopstraten al getransformeerd: de winkelfunctie wordt afgebouwd. Circa 4.500 m2 wordt geschrapt. Veel stappen (economisch-culturele, ruimtelijke en juridische) zijn gezet sinds 2017 en met concrete resultaten (nieuwe winkels, veel activiteiten, tijdelijke vulling, gerealiseerde transformaties, randvoorwaarden-nieuw bestemmingsplan, openbare ruimte, gestarte nieuwbouwprojecten). De gecombineerde aanpak moet echter voortgezet worden omdat de structurele marktontwikkelingen niet zo gunstig zijn (groot aandeel en toename online recreatief aanbod, terwijl centrum voor groot deel recreatief aanbod heeft, ketens steeds selectievere locatiekeuze) en door Corona. Meer leegstand is niet onwaarschijnlijk.</p> <p>Op basis van de cijfers uit het koopstromenonderzoek 2017 was het zaak om eerst de binding van de eigen inwoners te verhogen. En dit blijkt ook uit RACD-advies (2020). Daarna kan pas gesproken worden over het binden van consumenten uit de regio. Tegelijkertijd verdient het onderscheidend vermogen van Helmond ten opzichte van de kernen in De Peel de aandacht. Hierover dient ook afstemming plaats te vinden met de Peelgemeenten (vervolg MRE Leergang Detailhandel). Dit vraagt om een nadere concretisering van het Centrumperspectief: doelgroepen, het verhaal van Helmond-centrum. Het collegemoto 2018-2022 Kindvriendelijke stad, terugkomend in het nieuwe Ambitieakkoord 2022-2026, leidde wel al tot enige extra profilering en concrete voorzieningen voor kinderen in het centrum.</p>			
<b>Buurt- en wijkwinkelcentra</b>	<b>Beleid 2013</b>	<i>Dagelijkse voorzieningen</i>	<i>Comfortabel boodschappen</i>	<i>Boodschappen</i>	<i>Levensvatbare concentraties</i>
	<b>Evaluatie 2019</b>	<p>De uitgangspunten voor beleid kunnen gehandhaafd blijven: clustering waar mogelijk, focus op dagelijkse voorzieningen, optimaliseren van randvoorwaarden. Wel is op basis van de RMC-toets, schouw en gesprekken met ondernemers(verenigingen), nader ingezoomd op de toekomstbestendigheid van de winkelgebieden en welke acties nodig zijn dit perspectief te verbeteren. Dat perspectief is voor sommige winkelgebieden sinds 2013 niet beter geworden of zelfs verslechterd.</p>			



Evaluatie per winkelgebied		Thema	Karakter	Functie	Inzet van beleid
Perifere locaties (1) Engelseweg en omgeving	Beleid 2013	Volumineuze goederen, focus in/om huis en wonen	Grootschaligheid	Woonboulevard	Complete woonboulevard
	Evaluatie 2019	De Engelseweg en omgeving kent grofweg twee delen: ten westen van de Lage Dijk een sterkere focus op meubels en woninginrichting, en aan de oostzijde van de Lage Dijk meer gericht op volumineus aanbod zoals auto's/boten/caravans en bouwmarkten. Ondanks dat deze tweedeling duidelijk in het bestemmingsplan is aangegeven, is het - mede door toenemende branchevervaging - in de praktijk niet altijd mogelijk deze scheiding strikt aan te houden. Versterking van het aanbod voor een complete woonboulevard is mogelijk.  Hierbij is het wenselijk de focus op woninginrichting en volumineus aanbod aan te houden. De onderbouwing van deze branchering behoeft mogelijk wel meer aandacht (o.b.v. nieuwe jurisprudentie in o.a. Appingedam).			
Perifere locaties (2) Autoboulevard Varenschut	Beleid 2013	Gemotoriseerd vervoer	Grootschaligheid	Autoboulevard	Complete autoboulevard
	Evaluatie 2019	De autoboulevard kent momenteel 11 autobedrijven en heeft een (boven)regionale functie. De consument kan zich door het complete aanbod goed oriënteren. Geen bijstelling van beleid nodig. Ontwikkelingen in de autobranche (o.a. clustering van dealerschappen) kan wel leiden tot vershraling van het aanbod. Op termijn zouden er dan ook andere invullingen mogelijk kunnen zijn, die passen binnen de bestemming bedrijven; perifere detailhandel met een publieksfunctie hoort op de Engelseweg en omgeving.			
Verspreide bewinkeling	Beleid 2013	Geen/overig	Versnipperd aanbod	Doelgerichte aankopen	Stimuleren van clustering
	Evaluatie 2019	Het aantal solitaire verkooppunten (niet gelegen in een winkelgebied) is de afgelopen jaren toegenomen. Dit gaat in tegen het beleidsuitgangspunt van clustering. Tegelijkertijd is het succes van het solitaire aanbod ook gebaseerd op de doelgerichte aankopen, beperkte huisvestingslasten en goede (auto)bereikbaarheid en parkeervoorzieningen. Het is dus niet vanzelfsprekend dat solitair aanbod zich 'automatisch' meer richting de winkelgebieden begeeft. Gerichte acties zijn nodig om de verspreide bewinkeling, inclusief de bijbehorende leegstand, tegen te gaan. Dat kan door verplaatsingen of transformatie.			

Evaluatie per winkelgebied		Thema	Karakter	Functie	Inzet van beleid
Bedrijventerreinen	Beleid 2013	Geen (ondersteunend aan industrie)	Grootschaligheid	Divers, afhankelijk van marktvaart	Inspelen op behoefte, zolang winkelconcentraties en centrum er niet onder lijden.
	Evaluatie 2019	Op specifieke locaties is er sprake van volumineuze en/of productiegebonden detailhandel. Op basis van specifieke casussen wordt bekeken of toevoegingen wenselijk zijn. Zorgvuldigheid en gematigdheid blijft hierbij geboden om geen oneigenlijke detailhandelsclusters te krijgen op bedrijventerreinen en daarmee de winkelstructuur te verzwakken.			

## Bijlage 15: Samenstelling en toetsingsprocedure Detailhandels Adviescommissie (DAC)

### Samenstelling Detailhandels Adviescommissie

De Detailhandels Adviescommissie is een adviesorgaan van het College van B&W. Binnen de commissie bestaan verschillende functies, te weten de voorzitter, de secretaris en de leden.

#### Voorzitter

Detailhandels Adviescommissie staat onder leiding van een voorzitter. De voorzitter heeft nadrukkelijk de opdracht om onafhankelijk te opereren, zowel ten opzichte van de gemeente, de leden, initiatiefnemers en andere belanghebbenden.

#### Secretaris

Het secretariaat van de commissie is in handen van een aangewezen ambtenaar van de gemeente Helmond. De voorzitter en secretaris bepalen samen op welke wijze adviesaanvragen aan de commissie kunnen worden voorgelegd en door wie dit gebeurt.

#### De leden

De leden zijn diverse deskundigen. De leden vertegenwoordigen een bepaald (type) detailhandelsgebied (zoals centrum en periferie), vereniging/stichting, instantie of enig ander samenwerkingsverband die betrokkenheid hebben binnen de Helmondse detailhandelssector.

#### Benoeming en samenstelling commissie

De leden van de Detailhandels Adviescommissie worden benoemd door het College van B&W. Zij zijn geselecteerd op basis van hun deskundigheid op het terrein van detailhandel. Om een commissie te vormen die zo neutraal mogelijk advies geeft, wordt vanuit iedere discipline één lid gekozen, zodat binnen de commissie een gelijke verdeling van de disciplines ontstaat.

Indien daartoe noodzaak bestaat, kan de samenstelling van de commissie worden aangepast.



In totaal zijn er derhalve drie stemgerechtigde leden. De voorzitter en de secretaris worden geacht geen formele stem uit te brengen. Wel brengen zij tijdens de commissiebijeenkomst de voor- en nadelen van een aanvraag naar voren, zodat deze kunnen worden meegenomen bij het advies aan het College van B&W.

### Toetsingsprocedure

De aanvragen voor grote detailhandelsvestigingen die niet in bestemmings-omgevingsplan passen. Normaliter wordt een advies van de DAC aangevraagd door het College van B&W. Als dit advies bij de secretaris is binnengekomen, wordt een vergadering bij elkaar geroepen binnen maximaal 15 werkdagen. Uiterlijk vijf werkdagen voor de vergadering worden alle relevante stukken ter kennisname gebracht van de leden van de DAC per email. In uitzonderlijke gevallen kan de voorzitter besluiten dat urgentie aanwezig is en dat de vergader- en oproeptermijnen ingekort moeten worden. De leden van de DAC zullen hierover tijdig geïnformeerd worden. Desgevraagd kunnen zij op een andere wijze hun opmerkingen kenbaar maken. Na afloop van de vergadering brengt de voorzitter het advies schriftelijk ter kennis aan het college. Van de vergadering worden notulen gemaakt die aan de deelnemers beschikbaar gesteld worden. Alleen de advisering wordt openbaar gemaakt.

### Informatie aanleveren

Om een initiatief te kunnen toetsen op effecten op de detailhandelsstructuur, moet de gemeente beschikken over de relevante informatie. In dit verband zal de initiatiefnemer bij de aanvraag een aantal zaken inzichtelijk moeten maken. Belangrijk aspect van de aanvraag is dat het initiatief een kwalitatieve toegevoegde waarde heeft voor de detailhandelsstructuur van Helmond en eventueel omringende winkelgebieden.

De informatie die moet worden aangeleverd omvat minimaal de volgende elementen:

- naam, adres en woonplaatsgegevens van de aanvrager;
- locatie- en situatiebeschrijving van de beoogde vestigingsplaats of uitbreiding;
- de beoogde omvang van de ruimte in wvo en bvo;
- de branche(ring) van de vestiging(en), en indien reeds bekend de winkelformule(s);
- een beschouwing over de kwalitatieve toegevoegde waarde van het project voor de detailhandelsstructuur van Helmond en eventueel omringende winkelgebieden;
- bij verplaatsing vanuit de gemeente een omschrijving van de verwachte effecten voor de vrijkomende panden en omringende functies;
- de voorziene verkeerseffecten en de manier waarop men die oplost (verdeling van de bezoekers over de verschillende vervoerswijzen, parkeer capaciteit, openbaar vervoer, bevoorradings, etc.).

Over het algemeen biedt een distributieplanologisch onderzoek hiervoor voldoende informatie.

### Overige adviesaanvragen aan DAC

Hieronder vallen bijvoorbeeld het meedenken over en input geven aan detailhandels(deel)beleid of bestemmings-/omgevingsplannen en dergelijke door de DAC, ook op ambtelijk verzoek. Ook hier wordt een redelijke termijn voor toesturen van stukken zoals conceptplannen gehanteerd vergelijkbaar met die van toetsingsaanvragen.

## Bijlage 16: Overzicht vaak gebruikte begrippen (Afkomstig van Locatus)

### Verkooppunt:

Een verkooppunt is de belangrijkste economische activiteit op een uniek adres. Hierbij is sprake van eigen personeel, eigen kassa en winkelverkoopvloeroppervlak. De meer gangbare benaming voor de combinatie van winkelunit en economische activiteit is winkel. Aan een servicepunt wordt geen winkelverkoopvloeroppervlak toegekend, omdat het in een deel van een verkooppunt wordt geëxploiteerd. Hierdoor heeft een servicepunt geen eigen kassa of personeel. Servicepunten zijn altijd onderdeel van een verkooppunt.

### Winkelgebieden en “verspreide bewinkeling”:

Een winkelgebied wordt pas een winkelgebied genoemd indien er minimaal vijf verkooppunten in de detailhandel zijn geconcentreerd. Een uitzondering hierop zijn de supermarktcentra. Op hoofdniveau worden drie categorieën winkelgebieden onderscheiden: centrale winkelgebieden, ondersteunende winkelgebieden en overige winkelgebieden.

Binnen deze categorieën wordt een nadere onderverdeling gemaakt. Verkooppunten die niet tot een van deze categorieën kunnen worden ingedeeld, vallen in de categorie ‘verspreide bewinkeling’. Deze categorie wordt nader gespecificeerd naar bebouwde kom, buiten bebouwde kom en bedrijventerrein.

### Centraal winkelgebied

Het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats wordt aangeduid als centraal winkelgebied. Binnen de database van Locatus worden zes centrale winkelgebieden onderscheiden:

#### *Binnenstad meer dan 400 winkels*

In feite gaat het hier om de top-17 winkelgebieden van Nederland, waarvan de binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Groningen en Maastricht een onderdeel vormen.

#### *Hoofdwinkelgebied Groot 200-400 winkels*

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 200 tot 400 winkels. Voorbeelden zijn Bussum-centrum of Delft-centrum.

#### *Hoofdwinkelgebied Klein 100-200 winkels*

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 100 tot 200 winkels. Voorbeelden zijn Franeker-centrum of Putten-centrum.

#### *Kernverzorgend winkelgebied Groot 50-100 winkels*

Een kernverzorgende centrum groot is het grootste winkelgebied in een woonplaats. Het gaat hier om centra met minder dan 100, maar meer dan 50 winkels in de detailhandel.

#### *Kernverzorgend winkelgebieden Klein 5-50 winkels*

Een kernverzorgende centrum klein is het grootste winkelgebied in een woonplaats. In dit geval gaat het om centra met maximaal 50 verkooppunten in de detailhandel.



#### *Kernverzorgend supermarktcentrum 3-4 winkels*

Dit is een winkelconcentratie die het grootste winkelgebied in een woonplaats is en 3 of 4 winkels heeft waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m<sup>2</sup> wvo of meer.

#### **Ondersteunende winkelgebieden**

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een woonplaats een of meerdere ondersteunende winkelgebieden worden onderscheiden. Binnen de categorie “ondersteunende winkelgebieden” worden de volgende zes type winkelgebieden onderscheiden:

#### *Stadsdeelcentrum meer dan 50 winkels*

Een stadsdeelcentrum is altijd een aanvulling op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum. Bovendien is hier het merendeel van het centrum planmatig ontwikkeld. Voorbeelden van stadsdeelcentra zijn Amsterdam- Osdorpplein of Nijmegen-Dukenburg.

#### *Binnenstedelijke winkelstraat meer dan 50 winkels*

Ook hier gaat het om ondersteunende winkelgebieden van meer dan 50 winkels maar in tegenstelling tot de stadsdeelcentra zijn deze winkelgebieden niet planmatig ontwikkeld maar de winkelstraten in grote steden. Voorbeelden zijn de Steenstraat in Arnhem, Amsterdamse straatweg Utrecht en de Overtoom in Amsterdam.

#### *Wijkcentrum (groot) 25- 50 winkels*

Een groot wijkcentrum bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum en heeft minder winkels dan een stadsdeelcentrum.

#### *Wijkcentrum (klein) minder dan 25 winkels*

Deze centra hebben een specifiek ondersteunende functie. Tot een klein wijkcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 5 tot 10 winkels en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe winkelgebieden met 10 tot 25 winkels in de detailhandel gerekend.

#### *Buurtcentrum*

Dit is een winkelconcentratie met minimaal 5 winkels en maximaal 9 winkels in de detailhandel. Daarnaast is er een of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.

#### *Supermarktcentrum\**

Dit is een winkelconcentratie met 3 of 4 winkels waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m<sup>2</sup> wvo of meer.

#### **Overig**

Onder de categorie ‘overig’ worden grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden verstaan.

#### *Grootschalige concentratie*

Concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m<sup>2</sup>. Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoop-vloeroppervlak van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches “dier en plant”, “bruin- en witgoed”, “fietsen- en autoaccessoires”, “doe-het-zelf” of “wonen”.

#### *Speciaal winkelgebied*

Winkelgebieden die niet tot een van de voorgaande categorieën behoren, worden aangemerkt als speciaal winkelgebied. Veelal zijn dit winkelgebieden rondom een station of winkelgebieden met een speciaal thema. Designer Outlet Center in Roermond, Stationsplein Breda en Luchthaven Schiphol zijn bijvoorbeeld in deze categorie opgenomen.

#### **Verspreide bewinkeling**

Alle verkooppunten die buiten de hierboven genoemde concentraties vallen.

#### **Winkelverkoopvloeroppervlak**

Het winkelverkoopvloeroppervlak van een winkel wordt in het veld opgemeten. Het gaat hier om alle overdekte, voor de consument toegankelijke en zichtbare ruimten. Dit is ook de (zichtbare) ruimte achter de toonbank en de etalage, maar bijvoorbeeld niet de personeelsruimten, magazijnen en buitenverkoop. Alleen voor de detailhandel en horeca wordt dit bijgehouden. Het brutovloeroppervlak bevat dus wel alle extra ruimten en wordt vaak in bestemmingsplannen gebruikt.

#### **Branche-indeling Locatus – op hoofdlijnen**

Locatus onderscheidt groepen, hoofdbranches en branches. Hieronder staan de groepen en hoofdbranches.

#### **Groepen:**

##### **00-Leegstand**

##### **11- Dagelijks:**

**Hoofdbranches:** Levensmiddelen, Persoonlijke verzorging

##### **22- Mode en Luxe:**

**Hoofdbranches:** Warenhuis, Kleding en mode, Schoenen en Lederwaren, Juwelier en optiek

##### **35- Groep Vrije tijd**

**Hoofdbranches:** Sport en spel, Hobby, Media

##### **37-In/om het huis**

**Hoofdbranches:** Plant en dier, Bruin en witgoed, Auto en fiets, Doe het zelf, Wonen



**38- Detailhandel overig**

**Hoofdbranches:** Detailhandel overig (bv legerdump, feestartikel, paramedisch, hoortoestel)

**45-Transport en brand:**

**Hoofdbranches:** Automotive (bv autodealer, garagebedrijf), Brandstoffen

**59- Leisure:**

**Hoofdbranches:** Horeca, Cultuur (bv museum, theater, bioscoop, Ontspanning (bv dierentuin)

**65-Diensten:**

**Hoofdbranches:** Verhuur, Ambacht (bv edelsmid, kapper, tatoeshop), Financiële instelling, Particuliere dienstverlening (bv fotostudio, makelaardij, reisbureau, stomerij)



**Gemeente Helmond**

