

Sint-Michielsgestel

DPO Dorpscentrum

nummer 110X00150.08219

datum 17 februari 2004

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Vraagstelling	3
1.3 Ondernemersonderzoek	4
2. UITGANGSSITUATIE	5
2.1 Detailhandelsaanbod kern Sint-Michielsgestel	5
2.2 Detailhandelsaanbod dorpscentrum	9
2.3 Detailhandelsaanbod in de omgeving	13
2.4 Ontwikkelingen detailhandelsaanbod	14
2.5 Horeca	14
2.6 Publieksgerichte voorzieningen	15
2.7 Draagvlak	16
2.8 Huidig economisch functioneren	17
2.9 Resumé	19
3. ONDERNEMERSENQUETE	21
3.1 Inleiding	21
3.2 Huidig en toekomstig functioneren	21
3.3 Bestaande plannen	24
3.4 Plannen voor vestiging in dorpscentrum	25
3.5 Resumé	27
4. ONTWIKKELINGSRICHTING DORPSCENTRUM	29
4.1 Inleiding	29
4.2 Uitgangspunten en ontwikkelingskader	29
4.3 Kwantitatieve ontwikkelingsrichting	31
4.4 Kwalitatieve ontwikkelingsrichting	33
4.5 Gemeentelijke ontwikkelingsvisie	35
5. CONCLUSIES	39

Inhoudsopgave (vervolg)

pagina

BIJLAGEN

Aanbodvergelijking	1
Functioneren	3
Horeca	5
Ideaalbeeld dorpscentrum	7
Trends en ontwikkelingen	13
Consumentenkenmerken	13
Algemene ontwikkelingen van het aanbod	14
Begrippenlijst	17

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

De gemeente Sint-Michielsgestel is intensief bezig met de ontwikkeling van het centrum van de kern Sint-Michielsgestel. Inmiddels zijn diverse plannen gepresenteerd en zijn meerdere partijen (zoals ontwikkelaars, eigenaren, ondernemers) bij het proces betrokken. Onlangs is de gemeente gestart met de voorbereiding van een nieuw bestemmingsplan voor het dorpscentrum. Dit plan moet de basis leggen voor de herontwikkeling van het centrum.

Doel is een kwalitatief hoogwaardige ontwikkeling van het dorpscentrum in gang te zetten. Belangrijke onderdelen van deze centrumontwikkeling zijn: concentratie van winkels, ondersteuning van de winkelvoorzieningen door horeca en dienstverlening en de bouw van woningen.

Om inzicht te krijgen in de mogelijkheden van deze centrumontwikkeling heeft de gemeente Sint-Michielsgestel BRO gevraagd een distributie planologisch onderzoek (dpo) uit te voeren.

1.2 Vraagstelling

De belangrijkste vragen die in dit dpo aan de orde komen zijn:

- Hoe is het huidige winkel- en voorzieningenaanbod in de kern Sint-Michielsgestel opgebouwd?
- Wat zijn kwantitatieve mogelijkheden (distributieve ruimte) voor uitbreiding van het winkelaanbod in de kern Sint-Michielsgestel en het dorpscentrum in het bijzonder?
- Welke in Sint-Michielsgestel gevestigde winkelfuncties en andere commerciële functies (o.a. horeca en dienstverlening) zouden in principe voor vestiging in het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel in aanmerking komen?
- Wat zijn de kwalitatieve mogelijkheden om het winkel- en voorzieningenaanbod in het centrum van Sint-Michielsgestel uit te breiden c.q. te versterken?

1.3 Ondernemersonderzoek

Belangrijk onderdeel van het onderzoek is een enquête onder alle ondernemers in Sint-Michielsgestel. Deze enquête moet inzicht geven in het huidige functioneren van de detailhandel en overige voorzieningen, de toekomstperspectieven, de plannen en ideeën voor investeringen en de eventuele wensen te verplaatsen naar het dorpscentrum.

2. UITGANGSSITUATIE

2.1 Detailhandelsaanbod kern Sint-Michielsgestel

Omvang detailhandel totale kern Sint-Michielsgestel

Puur kwantitatief beschouwd heeft het winkelaanbod in de totale kern Sint-Michielsgestel een redelijk kleine omvang. De kern beschikt over 53 winkels met een totale omvang van bijna 9.900 m² verkoopvloeroppervlak (vvo). In de dagelijkse sector is de omvang ongeveer 25% kleiner dan het landelijk gemiddelde in plaatsen met 10.000 tot 15.000 inwoners¹. In de niet-dagelijkse sector is de omvang zelfs 50% kleiner.

Per hoofd van de bevolking is er in Sint-Michielsgestel 0,28 m² vvo aan dagelijkse artikelen aanwezig en 0,65 m² vvo aan niet-dagelijkse artikelen. Landelijk is er in vergelijkbare plaatsen gemiddeld respectievelijk 0,36 en 1,33 m² vvo voorhanden. Daarnaast kan gezegd worden dat Sint-Michielsgestel weinig winkels telt, 53 tegen 77 in vergelijkbare plaatsen.

Een verklaring van het relatief geringe aanbod in de niet-dagelijkse sector is dat op korte afstand de binnenstad van 's-Hertogenbosch is gelegen. Het winkelaanbod daar is sterk gericht op het recreatief winkelen, en zal zodoende een belangrijk deel van de koopkracht uit Sint-Michielsgestel aantrekken.

Tabel 2.1: Omvang winkelaanbod kern Sint-Michielsgestel

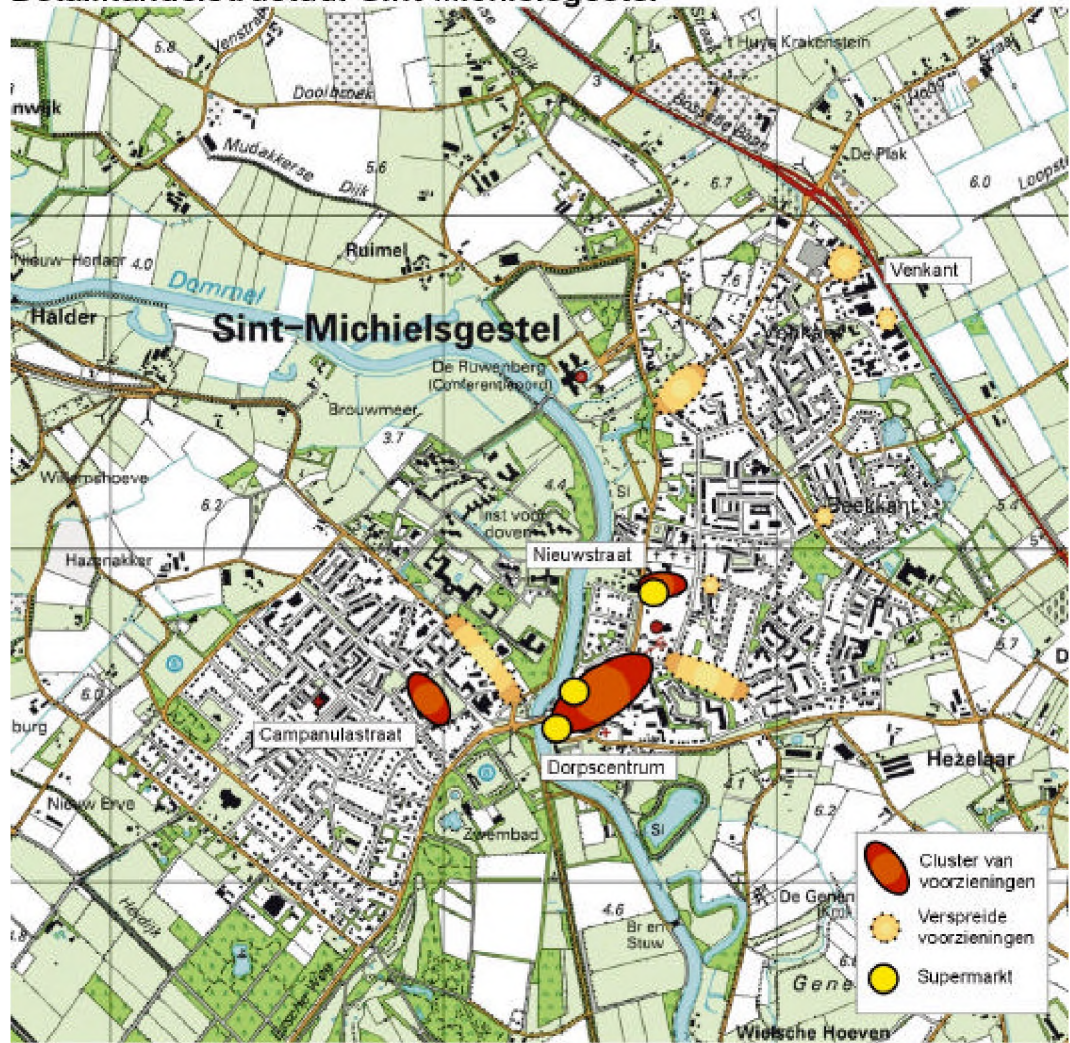
	Sint-Michielsgestel (kern ca. 10.500 inw.)			landelijke gemiddelden plaatsen 10.000-15.000 inw. ²		
	aantal winkels	m ² vvo	m ² vvo per winkel	aantal winkels	m ² vvo	m ² vvo per winkel
Dagelijkse art.	15	2.973	198	21	3.846	183
Niet-dag. art.	38	6.875	181	56	14.033	251
Totaal	53	9.848	186	77	17.879	232

De gemiddelde omvang van winkels in de dagelijkse sector in Sint-Michielsgestel is min of meer gelijk aan het landelijk gemiddelde, ca. 198 m² vvo tegen 183 m² vvo per winkel. In de niet-dagelijkse sector daarentegen is de gemiddelde omvang aan de kleine kant, ca. 181 m² vvo tegen 251 m² vvo landelijk.

¹ Bron: Locatus, Retailhandboek 2003; kengetallen voor de detailhandel, februari 2003.

² Bron: Locatus, Retailhandboek 2003; kengetallen voor de detailhandel, februari 2003.

Detailhandelstructuur Sint-Michielsgestel



Aanbodstructuur Sint-Michielsgestel

Sint-Michielsgestel kent een grote spreiding van het winkel- en voorzieningenaanbod. Hier en daar zijn enkele clusters van winkels te vinden. De belangrijkste cluster van winkels is in het dorpscentrum, rondom het P. Dondersplein. Slechts 36% van de aanwezige verkoopruimte is te vinden in dit dorpscentrum. In plaatsen met een gelijk aantal inwoners is dit aandeel ongeveer 50%. Het winkelaanbod is daarom sterk verspreid over de kern gevestigd.

Naast het dorpscentrum is er nog een kleine winkelstrip in de Campanulastraat. Op de hoek Nieuwstraat, Victoriastreet is een (min of meer) solitaire supermarkt (Jumbo) gevestigd. Deze winkel wordt onder meer geflankeerd door een huishoudelijke artikelenwinkel, een dierenpeciaalzaak en een bloemenwinkel.

Op het bedrijventerrein Venkant zijn enkele grootschalige of perifere detailhandelsbedrijven gevestigd. Deze winkels zijn verspreid gevestigd over het gebied, tussen de andere bedrijven en hebben daardoor weinig onderlinge samenhang.


Branchering kern Sint-Michielsgestel

In de tabel op de volgende pagina is de brancheverdeling van het winkelaanbod in Sint-Michielsgestel weergegeven. De gegevens worden vergeleken met de branches-structuur van plaatsen in de orde van grootte van 10.000 tot 15.000 inwoners. De vergelijking is bedoeld om sterke en zwakke punten in de huidige branchering inzichtelijk te maken. Met nadruk wijzen wij er op dat de gebruikte gemiddelden niet gezien moeten worden als normatief, maar juist indicatief zijn en als hulpmiddel gebruikt worden. Puur op basis van deze cijfers kunnen geen conclusies worden getrokken over uitbreidingsmogelijkheden. Ten aanzien van de uitbreidingsmogelijkheden zijn namelijk meer factoren van belang, zoals verzorgingsfunctie, aanbod in de regio, e.d.

Wat opvalt is dat, hoewel de totale omvang achterblijft bij landelijke gemiddelden, er een brede vertegenwoordiging is van de verschillende branches. In de branches kleding/mode, schoenen/lederwaren, juwelier/optiek, plant/dier komt het aantal winkels min of meer overeen met landelijke gemiddelden. Branches die duidelijk achterblijven zijn sport/spel, bruin- en witgoed en wonen, zowel in aantal winkels als in omvang. Dit kan zoals eerder aangegeven deels verklaard worden door de nabijheid van het sterke winkelaanbod in 's-Hertogenbosch.

Supermarkten Sint-Michielsgestel


De supermarkten zijn voor het dorpscentrum de dragers van het winkelaanbod, zij vormen de publiekstrekkers. De overige winkels kunnen profiteren van deze aantrekkingskracht. In Sint-Michielsgestel zijn drie verschillende supermarktformules gevestigd, elk met een eigen karakter. ██████████ en Jumbo richten zich op het bovengemiddelde marktsegment. Dit uit zich onder andere in een ruim en diep æ-

sortiment, grote keuzemogelijkheid, goede presentatie, e.d. Het verschil tussen Albert  en Jumbo ligt met name in het prijsniveau, Jumbo is prijsvriendelijk. Dit geldt ook voor Edah. Daarnaast biedt Edah een lagere service aan en richt zich in tegenstelling tot de andere supers op het lagere marktsegment. Een echte discount supermarkt is niet in Sint-Michielsgestel gevestigd.

Tabel 2.2: Branchering winkelaanbod kern Sint-Michielsgestel

branches	Sint-Michielsgestel (kern ca. 10.500 inw.)			landelijke gemiddelden plaatsen 10.000-15.000 inw. ³		
	aantal winkels	m ² vvo	aandeel van totaal	aantal winkels	m ² vvo	aandeel van totaal
Levensmiddelen	12	2.474	25%	16,6	3.307	18%
Persoonlijke verzorging	3	499	5%	3,9	539	3%
subtotaal dagelijks	15	2.973	30%	20,5	3.846	22%
Warenhuis	0	0	0%	0,4	275	2%
Kleding en mode	11	1.144	12%	11,7	1.670	9%
Schoenen en Lederwaren	2	178	2%	2,3	402	2%
Juwelier en optiek	2	124	1%	3,2	211	1%
Huishoudelijke en luxe art.	1	331	3%	2,5	518	3%
Antiek en kunst	2	370	4%	1,5	180	1%
Sport en spel	0	0	0%	2,8	539	3%
Hobby	1	34	0%	2,7	201	1%
Media	2	136	1%	2,4	306	2%
Plant en dier	5	1.069	11%	6,1	1.913	11%
Bruin- en witgoed	1	30	0%	2,9	423	2%
Fietsen- en autoaccessoires	2	216	2%	2,6	444	2%
Doe-het-zelf	3	1.675	17%	4,2	2.409	13%
Wonen	5	1.527	16%	8,0	4.195	23%
Overige detailhandel	1	41	0%	3,0	349	2%
subtotaal niet-dagelijks	38	6.875	70%	56,3	14.033	78%
Totaal	53	9.848	100%	76,8	17.879	100%

Tabel 2.3: Supermarktenaanbod Sint-Michielsgestel

formule	m ² vvo	marktsegmentatie serviceniveau	prijsniveau
	720	bovengemiddeld	hoog
Jumbo	590	bovengemiddeld	prijsvriendelijk
Edah	820	benedengemiddeld	prijsvriendelijk
totaal	2.130		

³ Bron: Locatus Retailhandboek, 2003

De supermarktenbranche omvat ca. 2.100 m² vvo. Als aandeel van de totale dagelijkse sector is dit 71%. In vergelijking met landelijke gemiddelden is dit een normaal marktaandeel van het supermarktenaanbod⁴. Het gemiddelde oppervlak van de winkels is met ca. 700 m² vvo relatief klein. In vergelijkbare situaties heeft een moderne supermarkt tegenwoordig al snel een oppervlak van 1.000 tot 1.500 m² vvo.

Leegstand

Er is nauwelijks leegstand in Sint-Michielsgestel. Enkele panden staan momenteel leeg, omdat hier recent de commerciële voorziening uit is vertrokken. Het betreft panden verspreid over de kern, maar niet in het dorpscentrum. Deze geringe leegstand kan enerzijds beschouwd worden als frictieleegstand. Een deel zal ook te verklaren zijn doordat de, door het bestemmingsplan, toegestane commerciële voorziening als gevolg van maatschappelijke ontwikkelingen niet meer op die locatie past.

2.2 Detailhandelsaanbod dorpscentrum

Afbakening dorpscentrum

Voor het maken van de beschrijving van de bestaande situatie is het dorpscentrum als volgt ruimtelijk globaal afgebakend; het gebied op en rond het P. Dondersplein, het Spijt, de Schijndelseweg en het eerste deel van de Nieuwstraat. Deze afbakening is in de functiekaart weergegeven met een cirkel.

Omvang detailhandelsaanbod dorpscentrum

Een relatief beperkt aandeel van het winkelaanbod in de kern Sint-Michielsgestel is geconcentreerd in het dorpscentrum, 36% van het totale aanbod. Het winkelaanbod in het dorpscentrum heeft een omvang van ongeveer 3.500 m² vvo (ca. 2.100 m² vvo dagelijkse artikelensector en ca. 1.400 m² vvo niet-dagelijks).

Tabel 2.4: Winkelaanbod dorpscentrum en overig Sint-Michielsgestel

	dorpscentrum		over Sint-Michielsgestel	
	aantal winkels	m ² vvo	aantal winkels	m ² vvo
dagelijkse art.	7	2.117	8	856
niet-dagelijkse art.	18	1.436	20	5.439
totaal	25	3.553	28	6.295

⁴ Landelijk beslaat het oppervlak van de supermarktenbranche ongeveer 70% à 75% van de totale omvang van de dagelijkse artikelensector.

functiekaart winkelaanbod Sint-Michielsgestel dorpscentrum

Vergelijkbaar winkelaanbod met 'grote dorpen'

De referentieset 2002 biedt een dwarsdoorsnee van het Nederlandse winkelaanbod in winkelgebieden⁵. De winkelgebieden in Nederland zijn in deze referentieset op basis van omvang onderverdeeld in verschillende typen. Volgens deze set kan het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel worden onderverdeeld onder het winkelgebiedtype: 'grote dorpen'. Vergelijkbare winkelgebieden zijn onder andere: Centrum Vlijmen, Boekel, Bommel en Zevenhuizen⁶.

Centrumwinkelgebieden van dit type hebben een winkeloppervlak van 4.500 tot 9.000 m² vvo, met niet meer dan 50 verkooppunten. De omvang van het winkelaanbod in het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel is in vergelijking daarmee ver ondermaats.

Dorpscentrum is een boodschappencentrum

Het dorpscentrum functioneert voor Sint-Michielsgestel als boodschappencentrum. Deze functie wordt ingegeven door de karakteristiek van het winkelaanbod. Een prominent aandeel van de winkels bevindt zich namelijk in de dagelijkse artikelen-sector, zoals de supermarkten en drogisterijen. Inwoners van Sint-Michielsgestel komen daarom vooral in het centrum om daar hun dagelijkse boodschappen te doen. Opvallend is dat versspecialzaken in het centrum vrijwel ontbreken.

Branchering dorpscentrum

Evenals voor het totale aanbod in de kern Sint-Michielsgestel is voor het aanbod in het dorpscentrum de brancheverdeling vergeleken met landelijke gemiddelden. Daarvoor is een vergelijking gemaakt met hoofdwinkelgebieden in plaatsen tussen de 10.000 en 15.000 inwoners.

Dagelijkse sector

- De omvang van de branches levensmiddelen en persoonlijke verzorging is relatief groot. Dit wordt onder meer veroorzaakt door de kleine omvang van het totale aanbod en de achterblijvende omvang van de niet-dagelijkse sector. Daarnaast benadrukt dit de boodschappenfunctie van het dorpscentrum.
- De dagelijkse artikelensector heeft een relatief kleine omvang en een gering aantal winkels. Dit wordt met name veroorzaakt door het kleine aantal versspecialzaken en de beperkte omvang van de supermarkten.
- De branche persoonlijke verzorging is goed vertegenwoordigd. Er zijn twee elkaar aanvullende drogisterijen. Daarnaast is de apotheek een duidelijke trekker voor het centrumgebied.

⁵ HBD, De referentieset 2002, een nieuwe standaard, 2002.

⁶ Hierbij moet de nuancering gemaakt worden dat deze plaatsen niet één op één vergelijkbaar met elkaar zijn. Een positionering van een winkelgebied is afhankelijk van een groot aantal factoren, zoals verzorgingsgebied, omvang, nabijheid (andere) steden, infrastructuur (ook t.o.v. andere gebieden), ligging in Nederland (Randstad, of elders), enz. De referentieset geeft daarom slechts een globale indicatie, daarom is ook een ruime bandbreedte gehanteerd.

Tabel 2.5: Branchering winkelaanbod Sint-Michielsgestel dorpscentrum

branches	Sint-Michielsgestel dorpscentrum			landelijke gemiddelden hoofdwin- kelgebieden in plaatsen 10.000- 15.000 inw. ⁷		
	aantal winkels	m ² vvo	aandeel van totaal	aantal winkels	m ² vvo	aandeel van totaal
Levensmiddelen	4	1.618	45%	11,5	2.221	25%
Persoonlijke verzorging	3	499	14%	3,3	484	5%
subtotaal dagelijks	7	2.117	59%	14,9	2.705	30%
Warenhuis	0	0	0%	0,3	253	3%
Kleding en mode	8	852	24%	10,4	1.484	17%
Schoenen en Lederwaren	1	130	4%	2,1	358	4%
Juwelier en optiek	2	124	3%	3,0	189	2%
Huishoudelijke en luxe art.	0	0	0%	2,1	442	5%
Antiek en kunst	0	0	0%	1,0	74	1%
Sport en spel	0	0	0%	2,0	347	4%
Hobby	1	34	1%	2,2	147	2%
Media	1	68	2%	2,2	263	3%
Plant en dier	1	40	1%	3,3	379	4%
Bruin- en witgoed	1	30	1%	2,0	316	4%
Fietsen- en autoaccessories	1	81	2%	1,2	189	2%
Doe-het-zelf	0	0	0%	1,6	474	5%
Wonen	1	36	1%	3,6	1.168	13%
Overige detailhandel	1	41	1%	1,7	147	2%
subtotaal niet-dagelijks	18	1.436	41%	38,7	6.231	70%
Totaal	25	3.553	100%	53,6	8.937	100%

Modische branches

- De modische branches (kleding en schoenen) hebben met 9 winkels een relatief stevige positie in het dorpscentrum. Het vloeroppervlak is, als aandeel van het totale winkeloppervlak ruim (ca. 30%). Ondanks deze positie is de gemiddelde omvang van de winkels klein, gemiddeld ca. 100 m² vvo (normaal ca.150 m² vvo).
- Sint-Michielsgestel heeft geen warenhuis binnen haar grenzen, dit is echter niet ongebruikelijk voor 'kleinere' kernen.

Huishoudelijke artikelen, media en sport en spel

- In het dorpscentrum zijn geen winkels uit de branches huishoudelijke artikelen en sport en spel gevestigd. Normaal gesproken zijn er ongeveer vier van dergelijke winkels in een dorpscentrum. Het is opmerkelijk dat even buiten het dorpscentrum de huishoudelijke artikelenwinkel is gevestigd. Deze winkel heeft een

⁷ Bron: Locatus, Retailhandboek, 2003

ruime omvang (ca. 350 m² vvo), biedt een ruim assortiment en voert tevens speelgoed in het assortiment.

- In Sint-Michielsgestel is geen winkel met specifiek sportartikelen aanwezig.
- De mediabranche (boeken, tijdschriften, cd's, e.d.) is slechts met één winkel in het dorpscentrum aanwezig.

Doelgerichte branches

- De branches waar consumenten doelgerichte aankopen doen, zoals plant en dier, bruin- en witgoed, fietsen, doe-het-zelf en wonen, zijn allen matig of niet vertegenwoordigd. Dit kan voor een deel worden toegeschreven aan de relatief beperkte omvang van het dorpscentrum. Net buiten het dorpscentrum zijn namelijk wel enkele van dergelijke winkels gevestigd.
- Het feit dat winkels uit de woon- en doe-het-zelfbranche beperkt in het dorpscentrum gevestigd zijn, is niet ongewoon. Landelijke trend in Nederland is juist dat dit soort, ruimte behoevende, winkels steeds meer naar de periferie trekken.

Branchering vergelijkbare dorpscentra

In de bijlage is een overzicht opgenomen van enkele qua omvang, functie en verzorgingsgebied redelijk vergelijkbare dorpscentra zoals Vaassen, [REDACTED] en Gennep. De gegevens zijn gebaseerd op recente onderzoeken van BRO. Uit het overzicht komt het volgende naar voren:

- De omvang van het totale winkelaanbod in het centrum van Sint Michielsgestel blijft fors achter bij de andere centra. Vaassen en Asten hebben al snel 8.000 tot 9.000 m² vvo aan winkels in het centrum. Een kern als Gennep steekt daar nog eens fors bovenuit met ruim 17.000 m². Het centrum van Son, nog doorsneden door een verkeersader, telt circa 4.850 m² aan winkels. Voor dit centrum is een herontwikkeling in voorbereiding.
- Met name de niet-dagelijkse artikelensector blijft in het centrum van Sint Michielsgestel beduidend achter.
- Branches zoals; kleding en mode; huishoudelijke en luxe; sport en spel; en media hebben in het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel een beperkte omvang.
- De schaal van de winkels in Sint-Michielsgestel is klein. Zo is in Vaassen en Asten de schaal van de winkels in de niet-dagelijkse sector ca. 200 m² vvo per winkel. In Sint-Michielsgestel is dat 80 m² vvo.
- Het aantal winkels in de levensmiddelenbranche blijft echter sterk achter. Het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel mist een divers aanbod versspecialzaken.

2.3 Detailhandelsaanbod in de omgeving

Winkelaanbod in de regio

Het winkelaanbod van Sint-Michielsgestel ligt in de directe invloedssfeer van het regionaal verzorgend winkelgebied in de binnenstad van 's-Hertogenbosch. Deze

winkelconcentratie heeft een belangrijke functie voor het recreatieve winkelen; mode, sport- en spel e.d.

In de dagelijkse sector zijn winkelconcentraties in direct omliggende kernen van invloed op het winkelaanbod in Sint-Michielsgestel, zoals Vught, Berlicum, Schijndel en Boxtel. In deze plaatsen is een ruim boodschappenwinkelaanbod aanwezig met moderne supermarkten.

2.4 Ontwikkelingen detailhandelsaanbod

Sinds 1999 is de totale omvang van het winkelaanbod in Sint-Michielsgestel toegenomen met ongeveer 1.600 m² vvo. Deze toename heeft plaatsgevonden in de niet-dagelijkse artikelensector, en dan met name buiten het dorpscentrum. Het totaal aantal winkels is vrijwel onveranderd (van 55 naar 53). Dit betekent dat er sprake is van schaalvergroting. De gemiddelde omvang van de winkels is toegenomen van 152 m² vvo tot 186 m² vvo per winkel. Dit is een ontwikkeling die door heel Nederland waarneembaar is.

Tabel 2.6: Omvang winkelaanbod Sint-Michielsgestel

	1999			2003		
	aantal winkels	m ² vvo	m ² vvo per winkel	aantal winkels	m ² vvo	m ² vvo per winkel
Dagelijkse art.	14	2.954	211	15	2.973	198
Niet-dag. art.	41	5.391	131	38	6.875	181
Totaal	55	8.345	152	53	9.848	186

2.5 Horeca

Kern Sint-Michielsgestel

Sint-Michielsgestel telt een relatief beperkt aantal horecagelegenheden. De plaats heeft in totaal 15 horecagelegenheden; 6 cafés, 6 spijsverstrekkers (snackbars, e.d.) en 3 restaurants. Dit is ongeveer eenderde van het totaal in de gemeente. Daarnaast is het aanbod sterk verspreid over de kern. Slechts enkele horecazaken zijn in elkaars nabijheid gevestigd (Sint-Michielsstraat). Daarnaast zijn er verschillende snackbars in een woonstraat gevestigd.

Dorpscentrum

Het horeca-aanbod in het dorpscentrum is zeer gering, slechts één horecazaak. In 1999 waren hier in totaal nog drie zaken gevestigd. De horecazaak geniet naar verwachting bekendheid in Sint-Michielsgestel en heeft als restaurant een duidelijke positie in het centrum. Daarnaast bedient de zaak ook toeristen en recreanten.

Het aanbod aan winkelondersteunende horeca, zoals croissanterie, snackbar, lunchroom, koffiecorner, e.d., in het dorpscentrum is beperkt.

2.6 Publieksgerichte voorzieningen

Onder de overige publieksgerichte voorzieningen verstaan we zowel de consument verzorgende ambachten (kapper, schoenmakers, e.d.) als de zakelijke dienstverlening (banken, hypotheekadviseurs, e.d.). In de tabel is het aanbod aan deze voorzieningen in Sint-Michielsgestel weergegeven.

Tabel 2.7: Overige publieksgerichte voorzieningen in Sint-Michielsgestel

		Aantal		
		Dorps centrum	Overig	Totaal
Consument verzorgend ambacht	kapper	2	6	8
	schoonheidssalon	1	1	2
	stomerij	-	1	1
	meubelstoffering	-	1	1
	subtotaal	3	9	12
Zakelijke dienstverlening	financieel intermediair	-	2	2
	banken	1	1	2
	postkantoor/agentschap	1	-	1
	fotostudio	-	1	1
	makelaardij	-	2	2
	reisbureau	1	-	1
	uitzendbureau	-	1	1
subtotaal	3	7	10	
Totaal		6	16	22

In Sint-Michielsgestel zijn in totaal 22 dienstverlenende bedrijven aanwezig. De bedrijven zijn sterk verspreid over de plaats gevestigd; er is geen sprake van enige concentratie. Het aanbod is redelijk compleet, met een groot aantal verschillende type bedrijven.

Evenals de detailhandel zijn ook de overige publieksgerichte voorzieningen sterk verspreid over de kern. Eén derde (totaal 6) van de dienstverlenende bedrijven is gevestigd in het dorpscentrum. Met name voorzieningen als een kapper, bank en postkantoor worden vaak in combinatie met het boodschappen doen bezocht. Andere voorzieningen, zoals een financieel intermediair, fotostudio of een schoonheidssalon worden meer doelgericht bezocht. In deze gevallen is een combinatiebezoek met andere winkels minder.

2.7 Draagvlak

Huidig draagvlak

Momenteel telt de gemeente Sint-Michielsgestel ruim 27.900 inwoners. Binnen de gemeente is Sint-Michielsgestel de grootste kern, met ruim 10.500 inwoners.

Tabel 2.8: Inwonertal gemeente Sint-Michielsgestel per kern⁸

Per 1-1-2003	Inwonertal
Sint-Michielsgestel	10.526
Gemonde	2.156
Den Dungen/Maaskantje	6.074
Berlicum	7.187
Middelrode	2.026
Totaal	27.969

Ontwikkelingen draagvlak

Onderstaande tabel geeft de ontwikkeling van het aantal inwoners in de gemeente Sint-Michielsgestel weer over de afgelopen jaren.

Tabel 2.9: Inwonertal gemeente Sint-Michielsgestel⁹

per 1-1	inwonertal
2000	27.684
2001	27.830
2002	27.975
2003	27.969

Het inwonertal van de gemeente bleef de afgelopen jaren min of meer stabiel. Sinds 2000 is de bevolking met een kleine 300 inwoners toegenomen. Ten opzichte van vorige jaar is echter weer een, zij het zeer lichte, daling waargenomen.

Volgens prognoses van het CBS zal het inwonertal in 2005 rond de 27.900 inwoners liggen. Dit betekent dat het inwonertal min of meer stabiliseert en wellicht nog iets afneemt ten opzichte van de huidige situatie.

⁸ Bron: gemeente Sint-Michielsgestel, 2003.

⁹ Bron: CBS, Statline, 2003

2.8 Huidig economisch functioneren

Bestedingspotentieel

De landelijke gemiddelde toonbankbestedingen bedroegen in 2002¹⁰:

- dagelijkse artikelensector: € 1.967,- per hoofd van de bevolking;
- niet-dagelijkse artikelensector: € 2.790,- per hoofd van de bevolking.

Het totale bestedingspotentieel in de kern Sint-Michielsgestel bedraagt daarmee ca. € 20,7 mln. in de dagelijkse artikelensector en ca. € 29,4 mln. in de niet-dagelijkse artikelensector¹¹.

Koopstromen

Voor de gemeente Sint-Michielsgestel zijn geen recente koopstroomgegevens beschikbaar. Op basis van een ondernemersenquête¹², referentiegegevens van BRO en een beschouwing van de lokale situatie is daarom een benadering gemaakt van de koopstromen.

- *Koopkrachtbinding:*

In de dagelijkse artikelensector zal het aanbod het belangrijkste deel van het bestedingspotentieel binden. Dit blijkt ook uit het ondernemersonderzoek. De ondernemers in deze sector geven aan dat het overgrote deel van hun omzet afkomstig is uit de plaats zelf. Landelijk gezien is de consument gewend zijn belangrijkste dagelijkse boodschappen op korte afstand van zijn huis te doen. Voor met Sint-Michielsgestel vergelijkbare situaties is een binding van ca. 85% à 90% gebruikelijk.

In de niet-dagelijkse artikelensector ligt de koopkrachtbinding aanzienlijk lager. Met name door de nabijheid van de binnenstad van 's-Hertogenbosch zal de totale binding in deze sector relatief laag zijn. Deze lage binding wordt ook veroorzaakt doordat de omvang van het niet-dagelijkse winkelaanbod in Sint-Michielsgestel beperkt is. Bij benadering gaat BRO uit van een binding van ca. 30% à 35%.

¹⁰ Bron EIM: 'Bestedingen en Marktaandelen', 2002. De cijfers zijn gebaseerd op geprognosticeerde cijfers uit 2001. Omdat het gemiddelde inkomen per hoofd van de bevolking in Sint-Michielsgestel overeenkomt met landelijke gemiddelden wordt geen inkomenscorrectie toegepast.

¹¹ Het bestedingspotentieel wordt benaderd door het aantal inwoners in de kern te vermenigvuldigen met de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking.

¹² In de voor dit onderzoek uitgevoerde ondernemersenquête is tevens gevraagd naar de omzetherkomst van individuele ondernemers. De gegevens hieruit geven informatie over het verzorgingsbereik van de detailhandel in Sint-Michielsgestel. Nadrukkelijk moet worden aangegeven dat dit geen koopstromenonderzoek is, en daarom slechts een globale inzicht geeft.

- *Koopkrachttoevloeiing:*

Uit het ondernemersonderzoek blijkt dat ca. 10% tot 15% van de omzet in de dagelijkse artikelensector afkomstig is van buiten de kern, met name vanuit de direct omliggende plaatsen. 2% tot 3% komt van buiten de regio of van toeristen en/of recreanten.

In de niet-dagelijkse sector is een groter deel van de omzet afkomstig van buiten Sint-Michielsgestel. Dit is normaal voor deze sector. De consument is ten aanzien van zijn aankopen van niet-dagelijkse artikelen kritischer dan voor zijn dagelijkse boodschappen en is daarom bereid grotere afstanden af te leggen. De totale toevloeiing blijft echter beperkt, omdat Sint-Michielsgestel geen (recreatief)winkelgebied is met een duidelijke regionale verzorgingsfunctie. Uit het ondernemersonderzoek komt naar voren dat ongeveer een kwart (25% tot 30%) van de omzet van de ondernemers in de niet-dagelijkse sector van buiten de kern komt.

Huidige economisch functioneren

De confrontatie van vraag en aanbod geeft inzicht in het economisch functioneren van de detailhandel in Sint-Michielsgestel.

Tabel 2.10. Huidig economisch functioneren winkelaanbod Sint-Michielsgestel

	2003	
	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners Sint-Michielsgestel	10.526	10.526
Bestedingen per hoofd (in €)	1.967	2.790
Totaal bestedingspotentieel (x € mln.)	20,7	29,3
Koopkrachtbinding	85% - 90%	30% - 35%
Gebonden bestedingen (x € mln.)	17,6 - 18,6	8,8 - 10,3
Aandeel omzet van buiten Sint-Michielsgestel	10% - 15%	25% - 30%
Koopkrachttoevloeiing (x € mln.)	2,0 - 3,3	2,9 - 4,4
Totale omzet (x € mln.)	19,6 - 21,9	11,7 - 14,7
Winkeloppervlak (in m ² vvo)	2.975	6.875
Berekende omzet per m ² vvo (in € afgerond)	6.600 - 7.400	1.700 - 2.100

- Het winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector functioneert op een goed niveau. Het aanbod realiseert een relatief hoge omzet per m² vvo. De gemiddelde omzet van supermarkten ligt rond de 6.000 à 6.500 per m² vvo (afhankelijk van locatie, omvang van de winkel, marktsegmentatie, en dergelijke). De omzet van versspeciaalzaken ligt over het algemeen op een iets lager niveau.
- De gemiddeld hoge omzet kan worden verklaard door de geringe omvang van het aanbod, met name de supermarkten. Dit resulteert in een hoge druk op de beschikbare winkelmeters, wat zich uit in volle en drukke winkels.
- Het winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector functioneert eveneens goed. De gemiddelde omzet per m² vvo in deze sector komt namelijk overeen met landelijke gemiddelden.

2.9 Resumé

Sterkten	Zwakten
Kwantitatief	
<ul style="list-style-type: none"> • Drogisterijenaanbod, divers en ruim. • Marktaandeel van de supermarkten binnen de dagelijkse sector is naar verhouding goed. • De totale gemeente heeft een gebruikelijk aantal drank- en spijsverstrekkers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Beperkte omvang winkelaanbod, zowel in dorpscentrum als in heel Sint-Michielsgestel. • Relatief veel kleinschalige winkels, vooral in niet-dagelijkse sector. • Kleinschalige supermarkten • Aandeel winkelopervlak in het dorpscentrum is t.o.v. het totaal beperkt. • Klein aantal versspecialzaken in het dorpscentrum. • Beperkt aantal horecagelegenheden in de kern Sint-Michielsgestel en in het dorpscentrum.
Kwalitatief	
<i>Totaal Sint-Michielsgestel</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Goed functioneren winkelaanbod, met relatief hoge omzet per m² vvo • Meerdere kwalitatief hoogwaardige specialzaken (in dagelijkse en niet-dagelijkse sector). • Enkele winkels met een bijzonder en/of exclusief aanbod (klokken). • Beperkte leegstand, ook in het dorpscentrum. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relatief veel specialzaken zijn verspreid over de kern gevestigd. • Over het algemeen tamelijk gewoon en weinig enerverende presentatie winkelaanbod. • Diverse winkels met een gedateerde uitstraling, o.a. enkele winkels aan het Spijt, en op het bedrijventerrein. • Grote spreiding voorzieningen over de kern, hierdoor weinig synergie en samenhang tussen de voorzieningen.
<i>Dorpscentrum Sint-Michielsgestel</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Clustering van winkels op en rond het dersplein, met een uitloper in de Nieuwstraat (het dorpscentrum). • Historische uitstraling noordzijde plein. • Twee supermarkten zijn trekkers, evenals drogisterij. • Supermarkten vullen elkaar qua marktsegmentatie aan. • Goede parkeermogelijkheden. • Enkele winkels springen in hun presentatie in positieve zin uit boven het algemene beeld. 	<ul style="list-style-type: none"> • Beperkte clustering van winkels, langgerektheid structuur • Beperkte fysieke relatie met overige winkels. • De locatie van de supermarkt biedt weinig ondersteuning aan specialzaken. • Supermarkten worden niet aangevuld met versspecialzaken. • Plein is ruimtelijke barrière tussen 'hoefijzer' en winkels in de Nieuwstraat. • Situering van winkels in dorpscentrum zorgt voor onduidelijk winkelcircuit en (aaneengesloten) winkelfront. • Beperkt aanbod winkelondersteunende horeca.

3. ONDERNEMERSENQUETE

3.1 Inleiding

In het kader van dit onderzoek heeft een ondernemersenquête plaatsgevonden. Deze enquête heeft in het voorjaar van 2003 plaatsgevonden onder alle detaillisten en overige ondernemers met commerciële en publieksverzorgende voorzieningen. Iedere ondernemer heeft een uitgebreide vragenlijst ontvangen.

De enquête geeft inzicht in het huidige functioneren en een beoordeling van de huidige vestigingslocatie en de investerings- en verplaatsingsplannen van de gevestigde ondernemers. Daarnaast geeft de enquête inzicht in de wensen en voorwaarden voor een (eventuele) toekomstige situatie.

Voor dit deelonderzoek zijn in totaal 79 ondernemers aangeschreven. De respons is met ca. 60% (46 teruggezonden enquêtes) hoog. Daarbij hebben een groot aantal detaillisten gereageerd, 32 (ca. 60% van totaal aantal winkels in Sint-Michielsgestel, 53). In dit hoofdstuk zijn de resultaten van de ondernemersenquête uitgewerkt.

3.2 Huidig en toekomstig functioneren

Grote tevredenheid over het economisch functioneren

- De ondernemers zijn voor het grootste deel tevreden over het functioneren van hun onderneming.
- Vooral de ondernemers in het dorpscentrum zijn zeer positief over hun functioneren.
- 10% van de ondernemers gevestigd buiten het centrum is negatief over het functioneren van hun onderneming.

Tabel 3.1: Beoordeling huidig economisch functioneren

	dorpscentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel	aantal	aandeel
zeer positief	4	25%	2	7%	6	13%
positief	6	38%	17	57%	23	50%
neutraal	5	31%	8	27%	12	28%
negatief	-	-	3	10%	3	7%
onbekend	1	6%	-	-	1	2%
totaal	16	100%	30	100%	46	100%

Stijging van de omzet

- De omzet van de ondernemers in Sint-Michielsgestel heeft zich de afgelopen drie jaar positief ontwikkeld. Bij een ruime meerderheid is de omzet (sterk) gestegen.
- Slechts 10% van de ondernemers, zowel in het dorpscentrum als daarbuiten, heeft de afgelopen jaren een omzetsdaling gehad.

Tabel 3.2: Omzetontwikkeling afgelopen drie jaar

	dorpscentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel	aantal	aandeel
zeer positief	2	15%	5	17%	7	15%
positief	7	44%	11	37%	18	39%
neutraal	4	23%	10	33%	14	30%
negatief	2	15%	2	7%	4	9%
weet niet/geen mening	-	-	2	7%	2	5%
onbekend	1	6%	-	-	1	2%
totaal	16	100%	30	100%	46	100%

Positieve beoordeling toekomstperspectief

- Het merendeel van de ondernemers is, ongeacht de vestigingslocatie, positief over de toekomst.
- Slechts een enkele ondernemer beoordeelt zijn of haar toekomst perspectief nadelig.

Tabel 3.3: Beoordeling toekomstperspectief onderneming

	dorpscentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel	aantal	aandeel
zeer positief	2	15%	4	13%	6	14%
positief	9	54%	19	63%	28	61%
neutraal	3	23%	6	20%	9	20%
negatief	1	8%	-	-	1	2%
weet niet/geen mening	-	-	1	3%	1	2%
onbekend	1	6%	-	-	1	2%
totaal	16	100%	30	100%	46	100%

Leeftijd en bedrijfsopvolging

De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 43 jaar. De ondernemers in het dorpscentrum zijn daarbij gemiddeld iets ouder 45, tegen 42 buiten het centrum. 10 ondernemers zijn ouder dan 50 jaar. Van deze ondernemers hebben 4 een opvolger van de onderneming. 4 hebben deze niet en 2 weten het nog niet.

Huidige vestigingslocatie

- De meeste ondernemers beoordelen de huidige vestigingslocatie van hun onderneming als goed.
- Enkele ondernemers die buiten het centrum zijn gevestigd beoordelen deze plek als negatief.

Tabel 3.4: Beoordeling huidige vestigingslocatie

	dorpscentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel	aantal	aandeel
zeer positief	5	31%	5	17%	10	23%
positief	8	50%	15	50%	23	50%
neutraal	2	13%	7	23%	9	20%
negatief	-	-	2	7%	2	5%
weet niet/geen mening	-	-	1	3%	1	2%
onbekend	1	6%	-	-	1	2%
totaal	16	100%	30	100%	46	100%

Knelpunten huidige vestiginglocatie

- Het merendeel van de ondernemers ondervindt geen problemen ten aanzien van de huidige vestigingslocatie.
- Vooral ondernemers die buiten het centrum gevestigd zijn, geven aan dat hun klanten moeilijk kunnen parkeren nabij de onderneming.
- Een aantal ondernemers geeft aan meerdere problemen (tegelijk) te ondervinden. Deze problemen variëren van matige bevoorradingsmogelijkheden, te weinig of te kleine winkelruimte tot onpraktische indeling van de bedrijfsruimte.
- Opgevallend is dat geen enkele ondernemer aangeeft problemen te hebben met de bereikbaarheid van de onderneming.

Tabel 3.5: Problemen ten aanzien van huidige vestiginglocatie

	dorpscentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel	aantal	aandeel
nee	12	85%	17	57%	29	63%
ja, namelijk;						
parkeren klanten	1	6%	7	23%	8	17%
bedrijfsruimte te klein	-	-	3	10%	4	9%
meerdere problemen	1	6%	3	10%	4	9%
onbekend	1	6%	-	-	1	2%
totaal	16	100%	30	100%	46	100%

3.3 Bestaande plannen

Investeringsplannen

- De meerderheid van de ondernemers heeft op dit moment geen plannen om te investeren in het vastgoed van hun onderneming, of heeft niet recent investeringen gedaan.
- Een naar verhouding groot aandeel (bijna de helft) van de ondernemers heeft echter wel plannen¹³.
- De investeringsplannen hebben in hoofdzaak betrekking op verbouwing van het interieur of exterieur. Het betreft hier interne reorganisatie of een verbouwing van de gevel of pui.
- In totaal hebben 14 ondernemers op dit moment plannen voor een verbouwing, of een uitbreiding van hun onderneming. Voor een deel zal deze investering plaatsvinden op de huidige locatie. Een deel van deze ondernemers geeft echter ook aan deze investeringen juist op een andere (betere) locatie te willen uitvoeren. De volgende paragraaf gaat dieper in op de verplaatsingsbehoefte.
- 5 ondernemers hebben op dit moment plannen om te verplaatsen.

Tabel 3.6: Investeringsplannen

	dorpcentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel	aantal	aandeel
investeringsplannen, namelijk:						
verbouwing	4	25%	6	20%	10	21%
uitbreiding	2	13%	2	7%	4	8%
verplaatsing	2	13%	3	10%	5	10%
anders			2	7%	2	4%
geen investeringsplannen	7	43%	17	57%	24	55%
onbekend	1	6%	-	-	1	2%
totaal	16	100%	30	100%	46	100%

Termijn voor investering

De termijnen die ondernemers voor hun investeringen voor ogen hebben wisselt sterk.

- Drie ondernemers willen op korte termijn investeringen plegen, het betreft voor hen een verplaatsing van de onderneming naar het centrum.
- Bij de ondernemers die op middellange termijn (1 tot 2 jaar) willen investeren gaat het in twee gevallen om verplaatsing naar het dorpscentrum, de ander wil uitbreiden op de bestaande locatie buiten het centrum.
- De overige ondernemers willen pas op langere termijn investeren, verbouwen, uitbreiden of eventueel verplaatsen.

¹³ Opgemerkt moet worden dat de hardheid van deze plannen niet bekend is.

Tabel 3.7: Gewenste termijn voor investeringsplannen (alleen voor bekende plannen)

	dorpcentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel	aantal	aandeel
binnen een jaar	1	6%	2	7%	3	6%
1 tot 2 jaar	1	6%	2	7%	3	7%
3 tot 5 jaar	-	-	2	7%	2	4%
meer dan 5 jaar	3	19%	2	7%	5	11%
onbekend	11	69%	22	73%	33	72%
totaal	16	100%	30	100%	46	100%

3.4 Plannen voor vestiging in dorpcentrum

In de vorige paragraaf is aangegeven dat op dit moment een naar verhouding groot aandeel van de ondernemers plannen heeft, om het oppervlak van hun onderneming uit te breiden, te verbouwen of de onderneming te verplaatsen naar een andere (betere) locatie. Deze paragraaf gaat dieper in op de verplaatsingsbehoefte van de ondernemers in Sint-Michielsgestel ten aanzien van het dorpcentrum.

Verplaatsing of nieuw vestiging in het dorpcentrum

- 16 ondernemers, zowel in het dorpcentrum gevestigd als daarbuiten, geven aan geïnteresseerd te zijn in de toekomstige ontwikkelingen van het dorpcentrum en zijn eventueel bereid mee te gaan (door verplaatsing van hun onderneming) of hebben plannen daartoe.
- 6 ondernemers die nu al in het dorpcentrum zijn gevestigd, willen eventueel verplaatsen naar een andere locatie in het centrum.
- 9 ondernemers die momenteel buiten het centrum zijn gevestigd, willen op termijn hun bestaande onderneming verplaatsen naar het dorpcentrum.
- 1 ondernemer denkt erover een nieuwe vestiging in het dorpcentrum te openen.
- De meerderheid heeft op dit moment geen interesse in het openen van een (nieuwe) vestiging in het dorpcentrum van Sint-Michielsgestel.

Tabel 3.8: Verplaatsing of nieuw vestiging binnen of naar het dorpcentrum

	dorpcentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel	aantal	aandeel
wensen voor verplaatsing of nieuw vestiging:						
verplaatsing binnen of naar centrum	5	32%	9	30%	14	30%
opening 2 ^e vestiging in centrum	-	-	1	3%	1	3%
subtotaal	5	32%	10	33%	15	33%
geen plannen	11	68%	20	66%	31	67%
totaal	16	100%	30	100%	4+	100%

Redenen voor verplaatsing of nieuw vestiging

De belangrijkste redenen en motivaties die worden gegeven voor het verplaatsen van de onderneming naar het dorpscentrum, of de opening van een nieuwe vestiging daar zijn:

- het bestaande pand is gedateerd;
- meer ruimtelijke mogelijkheden op een nieuwe locatie of de mogelijkheden voor een grotere winkel;
- centrale ligging in het centrum, in de nabijheid van andere winkels en voorzieningen (clustering);
- in het dorpscentrum is het toekomstperspectief beter dan op de bestaande plek.

Ruimtebehoefte

In totaal hebben 18 ondernemers¹⁴ een ruimtebehoefte aangegeven voor een toekomstige situatie. Dit is voornamelijk uitbreiding van het oppervlak ten opzichte van de huidige situatie. Enkele ondernemers wensen daarentegen juist minder bedrijfsoppervlak.

De ondernemers met investeringsplannen geven bij elkaar een totale ruimte behoefte van ca. 3.780 m² bvo aan. Hiervan wordt ca. 3.000 m² bvo door detaillisten geclaimd. Per saldo is de behoefte aan nieuwe winkelometers echter een stuk kleiner, dit komt door de volgende factoren:

- voor een deel is deze ruimtebehoefte een uitbreiding van een bestaande winkel;
- enkele ondernemers die naar het dorpscentrum willen verhuizen, en op de nieuwe plek een winkel willen openen met een *kleiner* oppervlak;
- enkele winkels willen alleen de 'winkel'-activiteit, van hun onderneming naar het centrum verhuizen. Andere activiteiten van de onderneming blijven op de huidige locatie gevestigd, zoals opslag of werkplaats (warme bakker).

Per saldo is de behoefte aan extra bedrijfsoppervlak:

- dagelijkse sector: ca. 1.200 m² bvo;
- niet-dagelijkse sector: ca. 150 m² bvo;
- overige voorzieningen: ca. 550 m² bvo.

Tabel 3.9: Totale ruimtebehoefte voor bedrijfsruimte in het dorpscentrum

	dorpscentrum		buiten het centrum		totaal	
	aantal	m ² bvo	aantal	m ² bvo	aantal	m ² bvo
dagelijkse sector	3	1.400	4	240	7	1.640
niet-dagelijkse sector	4	550	4	840	8	1.390
overige voorzieningen	1	350	2	400	3	750
totaal	8	2.300	10	1.480	18	3.780

¹⁴ Naast de 15 ondernemers met een verplaatsingsbehoefte, zijn er drie ondernemers die niet noodzakelijkerwijs willen verplaatsen, maar wel een groter winkeloppervlak willen hebben.

Overige randvoorwaarden

- *Eigendomssituatie*
7 ondernemers willen (ook) in de nieuwe situatie een bedrijfsruimte (blijven) huren. 11 ondernemers geven aan een pand te willen kopen.
- *Frontbreedte*
Enkele ondernemers hebben een gewenste frontbreedte ingevuld. Deze varieert tussen de 7 en 10 meter. Eén ondernemer geeft aan 20 meter front te willen hebben.
- *Overige randvoorwaarden*
Naast bovenstaande randvoorwaarden worden door een enkele ondernemer aangegeven in de toekomstige situatie ook gratis parkeren te willen. Daarnaast worden goede laad- en losmogelijkheden genoemd als randvoorwaarde.

3.5 Resumé

- De ondernemers in Sint-Michielsgestel zijn over het algemeen positief gestemd over hun huidige economisch functioneren en hun toekomstperspectieven. Bij een ruime meerderheid van de ondernemers is de omzet de afgelopen jaren gestegen.
- De ondernemers zijn redelijk tevreden over hun huidige vestigingslocatie. Enkele ondernemers beoordelen deze plek negatief, deze ondernemers zijn buiten het dorpscentrum gevestigd.
- Ongeveer eenderde van de ondernemers ondervindt op dit moment knelpunten ten aanzien van de huisvesting, zoals; matige parkeermogelijkheden voor de klanten, slechte bevoorradingsmogelijkheden, of te kleine behuizing.
- Iets minder dan de helft van de ondernemers heeft momenteel investeringsplannen. Deze plannen variëren van een (interne) verbouwing tot uitbreiding of verplaatsing van het bedrijf.
- 18 ondernemers hebben aangegeven interesse te hebben voor uitbreiding van het oppervlak van hun onderneming. Dit zijn in hoofdzaak detaillisten.
- 10 ondernemers willen hun bestaande onderneming verplaatsen naar een nieuwe locatie in het dorpscentrum.
- 8 ondernemers die nu in het dorpscentrum gevestigd zijn, willen in de toekomst een groter of kleiner bedrijfsoppervlak. Daarbij willen 5 ondernemers eventueel op een nieuwe betere locatie binnen het centrum gehuisvest worden.

4. ONTWIKKELINGSRICHTING DORPSCENTRUM

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de kwantitatieve en kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden aangegeven die moeten leiden tot een versterking van het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel. Daarvoor worden eerst de algemene uitgangspunten en een ontwikkelingskader geschetst. Vervolgens worden de kwantitatieve en de kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor het dorpscentrum aangegeven, met daaraan gekoppeld een functioneel programma. Dit programma zal getoetst worden aan de recent door de gemeente opgestelde ontwikkelingsvisie voor het centrum.

4.2 Uitgangspunten en ontwikkelingskader

Goede uitgangspositie

Het huidige economisch functioneren van het voorzieningenaanbod in Sint-Michielsgestel is goed. De detailhandel realiseert gemiddeld een relatief hoge omzet per m² vvo. Het goede functioneren wordt bevestigd door de ondernemers zelf, die hun toekomstperspectief positief beoordelen.

Oplossen knelpunten in ruimtelijk-functionele structuur

Deze positieve aspecten nemen niet weg dat er in de huidige situatie knelpunten bestaan. Onder andere de grote spreiding van de winkels zorgt voor een gebrek aan samenhang in het winkelaanbod. De ruimtelijk-functionele structuur is zwak. Hierdoor is het aanbod in onvoldoende mate in staat de inwoners van Sint-Michielsgestel goed te bedienen. Daarnaast is het totale winkelaanbod naar huidige maatstaven klein. Bovendien geven meerdere ondernemers aan te willen verhuizen en/of meer bedrijfsruimte te willen.

Een passend detailhandelsaanbod

In Sint-Michielsgestel moet een sterk en op de toekomst gericht winkelcentrum worden ontwikkeld. Een winkelcentrum dat een goede verzorging biedt aan de eigen inwoners en tevens de ondernemers voldoende toekomstperspectief biedt. Hiervoor moet het winkelaanbod zowel kwantitatief als kwalitatief een zo compleet mogelijk pakket aan dagelijkse artikelen aanbieden, passend bij het verzorgingsniveau van het winkelcentrum.

Dit betekent:

- een compleet assortiment aan dagelijkse artikelen;
- minimaal twee moderne fullservicesupermarkten als trekkers;

- aanvulling van de dagelijkse sector met speciaalzaken in de niet-dagelijkse artikelensector;
- in aanvulling op het detailhandelsaanbod meerdere ondersteunende overige voorzieningen, zoals horeca, dienstverlening, e.d.

Concentratie in het hoofdwinkelgebied: het dorpscentrum

In de hiërarchie van de regionale detailhandelstructuur is de binnenstad van 's-Hertogenbosch het belangrijkste winkelgebied. Inwoners van Sint-Michielsgestel zullen voornamelijk in dit winkelgebied recreatief 'winkelen', nu en in de toekomst.

Het winkelaanbod in Sint-Michielsgestel is vooral gericht op een dagelijkse verzorging. Binnen de plaats Sint-Michielsgestel moet gekozen worden voor een duidelijke detailhandelsstructuur. Het dorpscentrum is hierin het hoofdwinkelgebied. Om deze positie te versterken moet de aandacht zich richten op concentratie van het detailhandelsaanbod in het dorpscentrum, aangevuld met andere voorzieningen.

Concentratie van het detailhandelsaanbod zorgt eveneens voor het vergroten van de toekomstperspectieven van individuele ondernemers. Vooral verspreide winkels kunnen op een nieuwe locatie in een geconcentreerd winkelgebied profiteren van de daar aanwezige bezoekersstromen.

Boodschappencentrum met toekomstperspectief

Het dorpscentrum dient verder ontwikkeld te worden tot *het* boodschappencentrum van Sint-Michielsgestel. Een centrum dat primair gericht is op een goede dagelijkse verzorging van de eigen bewoners en met voldoende toekomstperspectief voor de ondernemers. De winkels moeten zodoende voldoende mogelijkheden krijgen zichzelf te moderniseren.

Creëren van een aantrekkelijk winkelgebied

Om de positie als hoofdwinkelgebied c.q. boodschappencentrum neer te zetten zal een voor de consument aantrekkelijk winkelgebied moeten worden gecreëerd. Randvoorwaarden voor een aantrekkelijk winkelgebied zijn;

- een compact winkelgebied;
- een compleet assortiment in de boodschappensfeer;
- en een comfortabel winkelgebied, met een hoge verblijfskwaliteit.

De randvoorwaarden voor de consument hebben een nauwe relatie met randvoorwaarden die ondernemers stellen voor een goed functioneren en een efficiënte bedrijfsvoering, onder andere;

- goede en voldoende parkeermogelijkheden;
- goede bevoorradingsmogelijkheden;
- passende bedrijfsruimte;
- voldoende presentatiemogelijkheden.

4.3 Kwantitatieve ontwikkelingsrichting

Distributieve ruimte afhankelijk van het ambitieniveau

In deze paragraaf worden de kwantitatieve (distributieve) ontwikkelingsmogelijkheden voor het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel benaderd. De distributieve ruimte is afhankelijk van het ambitieniveau dat wordt nagestreefd. Bij een hoog ambitieniveau zijn een hogere koopkrachtbinding van eigen inwoners en een grotere koopkrachttoevloeiing te verwachten. Hierdoor zal er ruimte ontstaan voor een groter winkelaanbod. Voor Sint-Michielsgestel zijn de distributieve mogelijkheden aangegeven uitgaande van een reëel haalbare koopkrachtbinding en -toevloeiing.

Benadering distributieve mogelijkheden

Bij de benadering van de distributieve mogelijkheden zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Het inwonertal stabiliseert zich rond 10.500 inwoners.
- De gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking worden op het huidige niveau gehouden. Het is onduidelijk in welke richting de bestedingen zich komende jaren zullen gaan ontwikkelen. Eventuele hogere bestedingen in de toekomst kunnen ten goede komen aan een hogere omzet per m² vvo.
- Een versterking van het winkelaanbod en de detailhandelsstructuur kan leiden tot een licht hogere koopkrachtbinding met name in de dagelijkse sector. In de dagelijkse sector kan koopkrachtbinding verschuiven naar rond de 90% à 95%. In de niet-dagelijkse sector zal de binding verschuiven naar de bovenzijde van de bandbreedte.
- De koopkrachttoevloeiing van buiten de gemeente zal slechts in geringe mate iets kunnen toenemen.
- Als normatieve vloerproductiviteit wordt uitgegaan van een niveau van minimaal € 6.000,- in de dagelijkse artikelen sector. Deze omzet is minimaal nodig voor een economisch rendabel functioneren. Dit niveau is lager dan het huidige. Na schaalvergroting is echter een lagere vloerproductiviteit reëel en bovendien overeenkomstig vergelijkbare situaties.
- Voor de niet-dagelijkse sector wordt een gemiddelde vloerproductiviteit van ca. € 2.000,- gehanteerd.

Tabel 4.1: Benadering toekomstig economisch functioneren winkelaanbod Sint-Michielsgestel

	2005	
	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners Sint-Michielsgestel	10.500	10.500
Bestedingen per hoofd (in €)	1.967	2.790
Totaal bestedingspotentieel (x € mln.)	20,7	29,3
Koopkrachtbinding	90% - 95%	35% - 40%
Gebonden bestedingen (x € mln.)	18,6 - 19,7	10,3 - 11,7
Aandeel omzet van buiten Sint-Michielsgestel	ca. 15%	ca. 25%
Koopkrachttoevoeiing (x € mln.)	3,3 - 3,5	3,4 - 4,4
Totale omzet (x € mln.)	21,9 - 23,2	13,7 - 16,1
Gemiddelde vloerproductiviteit	6.000	2.000
Distributieve mogelijkheden	3.650 - 3.850	6.850 - 8.050
Huidige Winkeloppervlak (in m ² vvo)	2.975	6.875
Distributieve ruimte (afgerond)	500 - 1.000	nihil - 1.200

Ruimte voor schaalvergroting dagelijkse sector

Bij een gemiddelde vloerproductiviteit van ca. € 6.000,- is er een distributieve ruimte van ca. 500 tot 1.000 m² vvo. Uitgaande van een versterking van de dagelijkse artikelensector, door schaalvergroting en concentratie, neemt het totale gebonden bestedingspotentieel iets toe. Daarnaast is momenteel de gemiddelde omzet per m² vvo hoog. Bij een uitbreiding en schaalvergroting van winkels is het normaal dat deze omzet per m² vvo iets daalt. De omzet wordt zo verdeeld over meer winkelmeeters.

Mogelijkheden voor versterking niet-dagelijkse sector

In de niet-dagelijkse zijn er distributieve uitbreidingsmogelijkheden aanwezig voor uitbreiding van het aanbod met ca. 1.200 m² vvo. (op basis van een gemiddelde vloerproductiviteit van ca. € 2.000,-). Deze distributieve ruimte biedt mogelijkheden voor versterking met ontbrekende branches en schaalvergroting van bestaande winkels.

Opgemerkt moet worden dat de distributieve mogelijkheden afhankelijk zijn van de locatie en de branche waarin een uitbreiding plaatsvindt. De gehanteerde normatieve vloerproductiviteit is namelijk een gemiddelde. Vooral grootschalig winkelaanbod (zoals bouwmarken of woninginrichtingzaken) realiseren een veel lagere omzet per m² vvo. De distributieve mogelijkheden in deze branches moeten dan ook apart benaderd worden.

Grootschalige branches

In de benadering van de distributieve mogelijkheden kan een vertekening ontstaan, door het verschil tussen de vloerproductiviteit van grootschalige en 'kleinschalige' meer op centrale winkelgebieden georiënteerde branches. Om dit verschil te corri-

geren is in de bijlage een benadering gemaakt van de distributieve mogelijkheden in Sint-Michielsgestel, exclusief de branches wonen en doe-het-zelf. Hieruit blijkt dat de distributieve mogelijkheden vrijwel gelijk zijn. Met andere woorden de branches wonen en doe-het-zelf hebben een beperkte invloed op totale de distributieve mogelijkheden in Sint-Michielsgestel. Dit kan verklaard worden door de relatief geringe omvang en de kleine schaal van de winkels in deze branches.

Inzet distributieve ruimte in het dorpscentrum

De aanwezige distributieve ruimte zal ingezet moeten worden voor de versterking van het dorpscentrum. Vestiging van nieuwe detailhandel buiten het centrum moet kritisch worden bekeken. In het geval (eventuele) nieuwe winkels een versterking zijn van het dorpscentrum, zouden deze niet daarbuiten gevestigd mogen worden. Een uitzondering kan gemaakt worden voor specifieke perifere detailhandelsvestigingen, zoals bouwmarkten of woninginrichtingzaken.

4.4 Kwalitatieve ontwikkelingsrichting

Functionele ontwikkelingsrichting

Op basis van de uitgangspunten, het ontwikkelingskader en de kwantitatieve mogelijkheden is in deze paragraaf de kwalitatieve ontwikkelingsrichting voor het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel geschetst. Voor het bieden van een goede verzorgings- en verblijfsfunctie aan de eigen inwoners is een opwaardering en versterking van de winkelfunctie voor het dorpscentrum van eminent belang.

De kwaliteitsverbetering van het dorpscentrum in Sint-Michielsgestel wordt bereikt door de volgende functionele ontwikkelingen:

- Streven naar een compact en gezellig centrumgebied op en in de directe omgeving van het Petrus Dondersplein. Het is daarbij belangrijk om bij de nieuwe planvorming aandacht te besteden aan de ruimtelijk-functionele structuur (o.a. looproutes, posities van de trekkers, aanhaking met de Nieuwstraat, kwaliteit bebouwing), de verkeersstructuur (bereikbaarheid en parkeren) maar ook aan de kwaliteit en inrichting van openbare ruimte.
- Inzet is het behoud van de twee gevestigde supermarkten, modernisering, optimalisering en schaalvergroting van deze winkels is daarvoor noodzakelijk.
- Aanvulling (door verplaatsing en/of nieuwvestiging) met een zo compleet mogelijk aanbod aan versspeciaalzaken en door schaalvergroting en/of verplaatsing van drogisten.
- Aanvulling (door verplaatsing en/of nieuwvestiging) met toe te voegen en ontbrekende winkels in de niet-dagelijkse artikelensector.
- Aanvulling met voorzieningen (bijvoorbeeld horeca en publieksgerichte dienstverlening) welke ondersteunend zijn voor de centrumfunctie.

- Herontwikkeling van bestaande winkels en voorzieningen op en in de omgeving van het Petrus Dondersplein. Dit geldt in ieder geval voor de winkels in het zogenaamde 'hoefijzer'. De winkels dienen een nieuwe plek in het dorpscentrum te krijgen.
- Concentratie van winkels in het dorpscentrum door verplaatsingen van buiten het dorpscentrum. In Sint Michielsgestel zijn diverse zaken aanwezig (huishoudelijke artikelen, mode, schoenen, versspecialzaken) die qua functie prima passen in het dorpscentrum. Uit de ondernemersenquête blijkt bovendien dat er veel interesse bestaat bij de gevestigde ondernemers voor verplaatsing naar een nieuw dorpscentrum.

Een forse opgave

Een modern dorpscentrum op het niveau van de kern Sint-Michielsgestel telt tegenwoordig al snel een omvang van rond de 9.000 m² aan voorzieningen. Ook in de eerdere genoemde referentiekernen als Gennep, Vaassen en Asten is dit het geval. Het compacte dorpscentrum in Sint Michielsgestel telt in de huidige situatie slechts 3.500 m² vvo aan winkels. Er ligt dus nog een forse opgave voor om in Sint Michielsgestel te komen tot een volwaardig en perspectiefvol dorpscentrum.

In de bijlage is een nadere uitwerking gemaakt van de eventuele toekomstige branchering van het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel volgens het ideaalbeeld.

Functioneel programma

De functionele ontwikkelingsrichting is vertaald in een functioneel programma. Daarbij is gebruik gemaakt van een geschetste ideaalbeeld voor het dorpscentrum. Het functionele programma voor het dorpscentrum wordt als volgt benoemd:

- Het momenteel aanwezige aanbod in het dorpscentrum (P. Dondersplein en omgeving, incl. eerste deel Nieuwstraat) bedraagt circa 3.500 m² vvo (2.100 m² dagelijks en 1.400 m² niet-dagelijks). Het uitgangspunt is om deze winkelruimtes in het nieuwe centrum te handhaven dan wel terug te brengen.
- De totale distributieve uitbreidingsruimte bedraagt maximaal 2.200 m² vvo. Deze uitbreidingsruimte dient in de visie van BRO primair ingezet te worden voor de ontwikkeling van het dorpscentrum en kan aangewend worden voor schaalvergroting van gevestigde ondernemers en voor de nieuwvestiging van ontbrekende branches. Hierbij kan gedacht worden aan kleding, schoenen, sport en spel (speelgoed) en een mediawinkel (cd-zaak).
- Verplaatsing van elders in Sint Michielsgestel gevestigde ondernemers dient een speerpunt te zijn. Meerdere ondernemers hebben aangegeven serieus belangstelling te hebben voor een verplaatsing naar het nieuwe dorpscentrum. Daarnaast zitten verspreid over Sint Michielsgestel diverse branches die goed zouden passen in het functieprofiel van het nieuwe dorpscentrum. Volgens de inschatting van BRO is het mogelijk om circa 900 m² vvo aan winkelruimte in het nieuwe dorpscentrum in te vullen met verplaatsing van ondernemers. De praktijk

leert dat dit een moeilijke opgave kan zijn, er zijn echter diverse mogelijkheden hier goed sturing aan te geven.

- Voor een goede mix aan functies is ook de vestiging van horeca en (publieksgerichte) dienstverlening in het dorpscentrum gewenst. Doorgaans wordt in nieuw te realiseren winkelprojecten circa 15 tot 20% van de ruimte gereserveerd voor niet-winkelfuncties. In de specifieke situatie van Sint-Michielsgestel (langgerekte structuur met ook verspreid aanbod aan horeca en dienstverlening) adviseert BRO om een percentage van 10% als uitgangspunt te hanteren.

Functioneel programma dorpscentrum Sint-Michielsgestel (ontwikkelingsrichting BRO)

		dagelijkse sector	niet-dagelijkse sector	totaal
detailhandel	bestaand aanbod dorpscentrum	2.100	1.400	3.500
	distributieve ruimte	1.000	1.200	2.200
	verplaatsen	200	700	900
	totaal (m² vvo)	3.300	3.300	6.600
detailhandel m ² vvo				6.600
detailhandel m ² bvo ¹⁵				8.300
ruimtereservering horeca + dienstverlening (ca. 10%)				900
totaal programma				9.200

Een sterk dorpscentrum voor Sint Michielsgestel gericht op de toekomst biedt ruimte aan ruim 9.000 m² bvo commerciële voorzieningen. Distributieplanologisch gezien, zijn hiervoor ook mogelijkheden. Het programma kan verder aangevuld worden met sociale en maatschappelijke functies (zoals de bibliotheek, buurthuis, gezondheidscentrum). Een eventuele vergroting van het programma is ook mogelijk, indien de belangstelling van verplaatsters in Sint Michielsgesteld groter blijkt te zijn dan de ingeschatte 900 m² vvo. Op basis van ervaringen elders ligt dit echter niet voor de hand.

4.5 Gemeentelijke ontwikkelingsvisie

Ontwikkelingsvisie en ambities

Onlangs heeft de gemeente een ontwikkelingsvisie voor het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel opgesteld¹⁶. Hierin is de ambitie gesteld een nieuw dorpshart voor de kern te creëren. Dit dorpscentrum is grofweg te begrenzen door de Dommel, Ceintuurweg, Spijt en Schijndelseweg.

¹⁵ De verhouding m² verkoopvloeroppervlak (vvo) en brutovloeroppervlak (bvo) is ongeveer 80 – 100.

¹⁶ Een nieuw dorpshart voor Sint-Michielsgestel, ontwikkelingsvisie, gemeente Sint-Michielsgestel 2003.

Concrete aandachtspunten in de gemeentelijke ontwikkelingsvisie zijn:

- het concentreren van winkels in het dorpscentrum;
- de uitbreidingswens van de beide supermarkten in het centrum tegemoetkomen;
- nieuwbouw op het braakliggende terrein aan den Torenstraat;
- het creëren van een nieuw dorpshart/dorpsplein;
- het versterken van de relatie met de Dommel;
- het (her)invoeren van wonen in het centrum.

Functionele uitgangspunten

Door inpassing van bovenstaande ontwikkelingen heeft de gemeente zich ten doel gesteld een kloppend dorpshart terug te geven aan het dorp. De belangrijkste functionele uitgangspunten in de visie zijn:

- het centrum moet multifunctioneel zijn: culturele- en commerciële functies in combinatie met wonen;
- goede en korte langzaam-verkeersverbindingen, onder andere met omliggende woongebieden;
- verplaatsing gemeentehuis;
- hergebruik bestaande gemeentehuis ten behoeve van commerciële en niet-commerciële functies;
- compact centrum met optimale onderlinge relaties tussen functies;
- terugdringen doorgaande verkeersfunctie Nieuwstraat.

Functioneel programma

De gemeentelijke ontwikkelingsvisie geeft een uitwerking voor herontwikkeling van het dorpscentrum. Het plangebied daarvoor omvat grofweg de omgeving rond het P. Dondersplein (tussen de Dommel, Ceintuurweg, Spijt en de Schijndelseweg). Ten aanzien van het functionele programma zijn echter alleen uitspraken gedaan over het gebied rond het P. Dondersplein. De winkels aan de Nieuwstraat zijn hierbij niet meegenomen. In dit gebied is momenteel ca. 2.300 m² vvo aan detailhandel gevestigd (■■■■■■■■■■, Edah en 'hoefijzer'). Het overige winkelaanbod (o.a. Nieuwstraat) in het dorpscentrum omvat ca. 1.200 m² vvo (ca. 1.500 m² bvo).

Door uitvoering van het functionele programma zal bij benadering 9.000 m² bvo aan nieuwe commerciële ruimte worden gerealiseerd. Dit programma kan als volgt worden ingevuld:

Functioneel programma dorpscentrum Sint-Michielsgestel (naar gemeentelijke ontwikkelingsvisie)

	totaal
detailhandel	2.300
bestaand aanbod plangebied (excl. Nieuwstraat)	2.200
distributieve ruimte	900
verplaatsing	5.400
totaal m ² vvo	5.400
<hr/>	
detailhandel m ² vvo	5.400
detailhandel m ² bvo	6.800
ruimtereservering horeca + dienstverlening (ca. 10%)	800
totaal commerciële ruimte m ² bvo	7.600
totaal volgens programma ontwikkelingsvisie	9.000
overige functies	1.400

Ambitieuus programma

De voorgestelde programma omvang in de gemeentelijke ontwikkelingsvisie heeft een ambitieuze insteek. Uitvoering van de ontwikkelingsvisie leidt tot een nieuw oppervlak van ongeveer 9.000 m² bvo, samen met het bestaande aanbod in de Nieuwstraat (ca. 1.500 m² bvo) ontstaat een dorpscentrum van ruim 10.000 m² bvo.

Van het totale programma uit de ontwikkelingsvisie (9.000 m² bvo) is op basis van de door BRO aangegeven ontwikkelingsrichting ongeveer 7.600 m² bvo onderbouwd in te vullen met commerciële functies. De resterende ruimte van ca. 1.400 m² bvo kan ingevuld worden met andere niet-commerciële functies zoals een bibliotheek, een buurthuis, een muziekschool of andere sociaal-maatschappelijke voorzieningen. Ook biedt dit een kans voor een meer bijzondere invulling. Volgens BRO zijn er in Sint-Michielsgestel voldoende mogelijkheden aanwezig voor een goede invulling van deze ruimte.

5. CONCLUSIES

Versterken dorpscentrum noodzakelijk

De noodzaak van versterking van het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel staat buiten kijf. In de kern Sint Michielsgestel is momenteel sprake van een beperkte omvang en aanbod van de detailhandel. Zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse artikelensector blijft het aanbod duidelijk achter bij landelijke gemiddelden. Bovendien is de detailhandel slechts beperkt geconcentreerd. De winkelstructuur is langgerekt, met als enig zwaartepunt het Petrus Dondersplein en een deel van de Nieuwstraat. In het dorpscentrum is met circa 3.500 m² aan winkelmeters, slechts 36% van het totale aanbod gevestigd. In omvang blijft het centrum hiermee sterk achter bij andere min of meer vergelijkbare kernen in Nederland.

Mogelijkheden voor versterking aanwezig

Het huidige winkelaanbod functioneert in beide sectoren op een goed niveau. Uit het ondernemersonderzoek blijkt verder een grote dynamiek en investeringsbereidheid bij de gevestigde ondernemers in Sint Michielsgestel. Bijna de helft van de ondernemers heeft investeringsplannen en een derde van de ondernemers overweegt zelfs een verplaatsing.

Op basis van een gezond ambitieniveau zal de komende jaren zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse artikelensector distributieve ruimte ontstaan voor uitbreiding van het winkelaanbod. Deze ruimte loopt in de dagelijkse sector op tot maximaal 1.000 m² vvo en in de niet-dagelijkse sector tot maximaal 1.200 m² vvo.

Compact en aantrekkelijk dorpscentrum

Om ook in de toekomst een aantrekkelijk winkelgebied te zijn, zowel voor de consument als voor de ondernemer, zijn investeringen noodzakelijk. Voor de versterking van het dorpscentrum staan drie aspecten centraal, concentratie van verspreid winkelaanbod, schaalvergroting van bestaande winkels en vergroting van de diversiteit in het winkelaanbod. Gestreefd dient te worden naar een compact en aantrekkelijk dorpscentrum op en rond het Petrus Dondersplein.

Ambitieuus programma

Op basis van de distributieve ruimte, inschatting van verplaatsingen, herontwikkeling van bestaande voorzieningen en het toevoegen van andere voorzieningen raamt BRO het totale programma voor het dorpscentrum op ruim 9.000 m² bvo. De recente gemeentelijke ontwikkelingsvisie geeft een, qua planvolume ambitieuzer, programma op van ruim 10.000 m² bvo.

De resterende ruimte is goed in te vullen met sociaal-maatschappelijke functies of wellicht andere meer bijzondere voorzieningen. Naar de verwachting van BRO zijn hiervoor in Sint-Michielsgestel voldoende kansen.

Gewenste schaalvergroting en concentratie

De ontwikkelingsvisie komt tegemoet aan de noodzakelijke schaalvergroting en moderniseringsslag van bestaande winkels, met name de supermarkten. Er ontstaat een sterk winkelcentrum met twee moderne supermarkten als trekker. Daarnaast wordt er voldoende nieuwe winkelruimte ontwikkeld, die ingevuld kan worden door uit andere delen van Sint-Michielsgestel winkels te verplaatsen. Die verplaatsing leidt tot een grotere concentratie van winkels, wat gestimuleerd moet worden.

Bovendien zorgen de ontwikkelingen voor een grotere diversiteit aan voorzieningen in het dorpscentrum. Een gevarieerd aanbod is noodzakelijk om de consument ook in de toekomst op een adequate wijze te bedienen.

Goede positionering binnen detailhandelstructuur

Het doorontwikkelen van het dorpscentrum, leidt tot een verbeterde positionering van het centrum binnen de detailhandelstructuur van Sint-Michielsgestel. Het dorpscentrum wordt ontwikkeld tot *het* centrum van de kern. Het centrum zal een ontmoetingsplek zijn voor de eigen inwoners, waar het prettig verblijven is en waar veel winkels zijn geconcentreerd, die worden ondersteund door horeca en dienstverlening. In dit gebied ligt de nadruk op het doen van de dagelijkse boodschappen. Aandachtspunt daarbij is dat met detailhandelontwikkelingen elders in de kern terughouden moet worden omgegaan.

BIJLAGEN

AANBODVERGELIJKING

Tabel: Branchering winkelaanbod Sint-Michielsgestel dorpscentrum vergeleken met qua functie en verzorgingsgebied (redelijk) vergelijkbare dorpscentra

branches	Sint-Michielsgestel		Vaassen centrum		Asten-centrum		Gennep		Son-centrum	
	aantal winkels	m ² vvo	aantal winkels	m ² vvo	aantal winkels	m ² vvo	aantal winkels	m ² vvo	aantal winkels	m ² vvo
Levensmiddelen	4	1.618	12	3.470	13	1.345	12	3.670	10	1477
Persoonlijke verzorging	3	499	2	337	2	475	4	820	3	552
subtotaal dagelijks	7	2.117	14	3.807	15	1.820	16	4.490	13	2029
Warenhuis	-	-	-	-	1	1.075	1	1.070	-	-
Kleding en mode	8	852	6	1.531	15	2.220	20	3.280	10	814
Schoenen en Lederwaren	1	130	2	435	2	280	5	1.690	2	150
Juwelier en optiek	2	124	2	104	3	210	3	240	3	135
Huish. en luxe artikelen	-	-	2	751	4	715	2	370	2	442
Antiek en kunst	-	-	-	-	1	180	-	-	-	-
Sport en spel	-	-	1	175	2	520	1	350	-	-
Hobby	1	34	1	55	2	115	4	330	3	133
Media	1	68	1	234	2	285	2	460	3	224
Plant en dier	1	40	2	116	1	175	3	210	3	257
Bruin- en witgoed	1	30	1	370	3	1.315	2	690	1	32
Fietsen- en autoacc.	1	81	1	260	1	350	2	1.400	1	95
Doe-het-zelf	-	-	2	350	-	-	3	730	1	138
Wonen	1	36	1	850	1	95	4	1.430	3	405
Overige detailhandel	1	41	-	-	-	-	2	700	-	-
subtotaal niet-dag.	18	1.436	22	5.231	38	7.535	54	12.950	32	2.825
Totaal	25	3.553	36	9.038	53	9.355	70	17.440	45	4.854

FUNCTIONEREN

Hieronder is de benadering gemaakt van het toekomstig economisch functioneren van het winkelaanbod in Sint-Michielsgestel in de niet-dagelijkse sector, exclusief de branches doe-het-zelf en wonen. Over het algemeen ligt de gemiddelde vloerproductiviteit in deze branches namelijk op een lager niveau dan in andere branches. Aangegeven is in welke mate deze benadering invloed heeft op totale de distributieve mogelijkheden in Sint-Michielsgestel.

- Het aanbod in de branches omvat 1.675 m² vvo (dhz) en 1.527 m² vvo (wonen). Resteert in de overige branches van de niet-dagelijkse sector: 3.673 m² vvo.
- Het aanbod in beide branches legt een omzetclaim neer van ca. € 4,6 mln. Deze is gebaseerd op de gemiddelde vloerproductiviteit in branches (ca. € 1.400,- dhz en ca. € 1.500,- wonen).
- Indien deze claim van de totale omzet wordt afgehaald, resteert er voor het overige aanbod € 9,1 tot € 11,8 mln. aan omzet.
- De overige branches hebben een (gewogen¹⁷) gemiddelde vloerproductiviteit van ca. € 2.500,-.
- Hiervan uitgaande is er in Sint-Michielsgestel een totale distributieve ruimte van ca. 3.650 à 4.700 m² vvo. De uitbreidingsruimte van nihil à 1.000 m² vvo.

Tabel: Economisch functioneren winkelaanbod Sint-Michielsgestel 2005

	2005	
	Niet-dagelijkse sector	excl. wonen en dhz
Aantal inwoners Sint-Michielsgestel	10.500	
Bestedingen per hoofd (in €)	2.790	
Totaal bestedingspotentieel (x € mln.)	29,3	
Koopkrachtbinding	35% - 40%	
Gebonden bestedingen (x € mln.)	10,3 - 11,7	
Aandeel omzet van buiten Sint-Michielsgestel	ca. 25%	
Koopkrachttoevoeiing (x € mln.)	3,4 - 4,4	
Totale omzet (x € mln.)	13,7 - 16,1	13,7 - 16,1
Omzetclaim dhz en wonen		4,6
Omzet overige aanbod		9,1 - 11,8
Gemiddelde vloerproductiviteit	2.000	2.500
Distributieve mogelijkheden	6.850 - 8.050	3.650 - 4.700
Huidige Winkeloppervlak (in m ² vvo)	6.875	3.673
Distributieve ruimte (afgerond)	nihil - 1.200	nihil - 1.000

Uit het bovenstaande blijkt dat het economisch functioneren vanuit beide benaderingen min of meer op hetzelfde neerkomt.

¹⁷ Deze weging is gebaseerd de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit per subbranche.

HORECA

Tabel: Horeca naar type bedrijf in de gemeente Sint-Michielsgestel¹⁸

	1999		2001	
	aantal	aandeel	aantal	aandeel
Drankverstrekkers (cafés)	34	56%	30	56%
Spijsverstrekkers (snackbar, e.d.)	18	30%	14	26%
Maaltijdverstrekkers (restaurants, e.d.)	7	11%	7	14%
Logiesverstrekkers (hotels, pensions, e.d.)	2	3%	2	4%
totaal	61	100%	53	100%

Horeca-aanbod totale gemeente

De totale gemeente Sint-Michielsgestel beschikt momenteel over 53 horecagelegenheden. Dit aantal ligt ruim onder het landelijke gemiddelden. Per 10.000 inwoners zijn er in Sint-Michielsgestel namelijk 19,0 horecagelegenheden, tegen 28,5 landelijk.

De gemeente heeft een 'normaal' aantal drankverstrekkers (12,2 per 10.000 inwoners, tegen 11,8 landelijk). Het aantal spijsverstrekkers is eveneens overeenkomstig het landelijk gemiddelde (6,4 per 10.000 inwoners, tegen 6,2 landelijk). Het aanbod aan restaurants (maaltijdverstrekkers) en hotels, pensions, e.d. is in de gemeente minder sterk vertegenwoordigd.

Sinds 1999 is het totale aanbod aan horeca afgenomen met acht zaken. In hoofdzaak het aantal cafés en spijsverstrekkers is teruggelopen.

¹⁸ Horeca in cijfers 2001.

IDEAALBEELD DORPSCENTRUM

'Ideaalbeeld' toekomstige situatie

De tabel geeft een overzicht van het huidige detailhandelsaanbod in het dorpscentrum. Deze huidige situatie is afgezet tegen een 'ideaalbeeld' van de toekomstige situatie. Het 'ideaalbeeld' is mede tot stand gekomen op basis van de in hoofdstuk 2 gemaakt analyse van de uitgangssituatie en door een vergelijking te maken met situaties in qua inwonertal vergelijkbare kernen¹⁹. In het overzicht is aangegeven welke brancheverdeling nagestreefd wordt, naar m² vvo en aantal winkels.

De aangegeven kwantitatieve gegevens (meters en aantal) blijven echter indicatief en moeten niet beschouwd worden als harde cijfers. De gegevens vormen daarom een indicatie van de mogelijke toekomstige branchering.

Kwalitatieve versterking dorpscentrum

De toevoeging van nieuwe branches, grotere supermarkten en meer speciaalzaken in het dorpscentrum zal leiden tot een aantrekkelijk winkelgebied, met een grote diversiteit en een compleet aanbod. Hieronder worden de noodzakelijke nieuwe branches aangegeven. Voor de invulling van deze branche zal primair gekeken moeten worden naar verplaatsingsmogelijkheden, van bestaande winkels in Sint-Michielsgestel. Indien verplaatsing van bepaalde gewenste winkels niet mogelijk is, kan invulling van 'buitenaf' een optie zijn.

Levensmiddelen

Het aanbod in de levensmiddelenbranche in het dorpscentrum van Sint-Michielsgestel is momenteel ondermaats. Om het aanbod in deze branche te verbeteren zijn twee moderne full-servicesupermarkten van ca. 1.000 tot 1.500 m² vvo gewenst. De supermarkten vormen de trekkers van het winkelgebied en zijn daarmee een ruggengraat voor het dorpscentrum.

Daarnaast dient er een compleet aanbod aan versspeciaalzaken (bakker, slager, slijter, e.d.) in het dorpscentrum aanwezig te zijn. Deze winkels bieden, door hun specialisatie, ondersteuning aan de supermarkten en vergroten de diversiteit in het centrum. Ten aanzien van de speciaalzaken wordt primair gedacht aan het verplaatsen van winkels uit andere delen van Sint-Michielsgestel naar het dorpscentrum. Verspreid door Sint-Michielsgestel zijn hiervoor verschillende potentiële ondernemers aanwezig.

¹⁹ Bron: Locatus, retailhandboek, 2003.

Tabel: Functionele ontwikkelingsrichting dorpscentrum

Branches	Dorpscentrum		Ideaalbeeld toekomstige situatie dorpscentrum	
	aantal winkels	m ² vvo	aantal winkels	m ² vvo
Levensmiddelen	supermarkt	2	1.540	2 2.000 - 2.500
	bakker	1	25	1 30
	slager	-	-	1 30
	agf	-	-	1 30
	slijterij	-	-	1 100
	vis	-	-	1 30
	delicatessen	-	-	1 30
	tabak	1	53	1 50
Persoonlijke verzorging	drogist	2	437	2 450 - 550
	apotheek	1	62	1 50
Subtotaal dagelijks	7	2.117	12	2.800 - 3.400
Kleding en mode	8	852	8 - 10	1.000 - 1.200
Schoenen en Lederwaren	1	130	2	250 - 350
Juwelier en optiek	2	124	2	150
Huishoudelijke en luxe art.	0	0	1	400
Antiek en kunst	0	0	-	-
Sport en spel	0	0	1	100
Hobby	1	34	1	100
Media	1	68	2	150
Plant en dier	1	40	2	200
Bruin- en witgoed	1	30	1	30
Fietsen- en autoaccessoires	1	81	1	80
Doe-het-zelf	0	0	-	-
Wonen	1	36	1 - 2	200 - 400
Overige detailhandel	1	41	1	40
Subtotaal niet-dagelijks	18	1.436	23 - 26	2.700 - 3.200
Totaal	25	3.553	35 - 38	5.500 - 6.600

De noodzakelijke uitbreiding van de supermarkten en de overige dagelijkse winkels komt min of meer overeen met de distributieve ruimte in de dagelijkse sector. Dit betekent dat in de toekomst na de uitbreiding vraag en aanbod in evenwicht is. Uitbreiding van supermarkten buiten het dorpscentrum is niet gewenst. Hierdoor ontstaat een tegenpool die de ontwikkeling van het dorpscentrum kan frustreren. Dit geldt ook voor het openen van een nieuwe derde (vergelijkbare) supermarkt in het dorpscentrum. Hierdoor zal de omzet per m² vvo verdunnen tot ruim onder het landelijk gemiddelde niveau.

Persoonlijke verzorging

In het dorpscentrum zijn twee drogisterijen gevestigd. Eén daarvan heeft een moderne omvang en uitstraling. De andere heeft een relatief kleine omvang en is gedaeterd. Beide drogisterijen vullen elkaar wat marktsegmentatie betreft goed aan. Het uitbouwen van de kleine drogist tot een moderne winkel wordt aanbevolen en zal de diversiteit in de branche ten goede komen.

Kleding en mode/ Schoenen

De kleding en modebranche is duidelijk een 'recreatief winkelen' branche. De consument koopt doorgaans kleren of schoenen na te hebben vergeleken. De binnenstad van 's-Hertogenbosch is hiervoor een belangrijke aankoopplaats. Kledingwinkels op het niveau van dorpscentra, zoals Sint-Michielsgestel, kunnen echter heel goed functioneren. Veelal gaat het dan om winkels die een goede lokale naamsbekendheid hebben of winkels met een algemeen assortiment.

Op dit moment is de kleding en modebranche in Sint-Michielsgestel in redelijke mate aanwezig. Een grote uitbouw van deze branche wordt niet aanbevolen. Wel is het wenselijk dat kleding- of schoenenwinkels die nu elders in Sint-Michielsgestel verspreid gevestigd zijn, verhuizen naar het dorpscentrum.

Juwelier en optiek

In de juwelier en optiekbranche zijn momenteel twee lokaal gerenommeerde winkels in het dorpscentrum gevestigd. De speciaalzaak in antieke klokken heeft, door zijn sterke specialisatie, een bijzondere positie. Er is één 'echte' optiekzaak in het dorp. Het is mogelijk dat deze winkel moderniseert en een ruimere omvang krijgt, ca. 100 à 150 m² vvo.

Vanwege de nabijheid van 's-Hertogenbosch, waar een aantal sterke (landelijk bekende) optiek- en juwelierszaken zijn gevestigd, is een verdere uitbouw van deze branche in Sint-Michielsgestel niet reëel.

Huishoudelijke en luxe artikelen

In het dorpscentrum ontbreekt een winkel met algemene huishoudelijke en luxe artikelen. Dergelijke winkels zijn vaak gevestigd in vergelijkbare centra. Eén winkel in deze branche wordt noodzakelijk geacht voor de aantrekkelijkheid en de diversiteit van het dorpscentrum.

Net buiten het centrum, in de Nieuwstraat, is een dergelijke winkel aanwezig. Verplaatsing van deze lokale ondernemer, is een optie. Bovendien zal een centrale plek, met een sterke relatie tot andere winkels, gunstig zijn voor het economisch functioneren van de winkel.

Sport en spel

De sport- en spelbranche is nu niet aanwezig in het dorpscentrum. De mogelijkheden voor deze branche zijn echter beperkt. Met name de sportartikelenbranche is een puur 'recreatief-winkelen' branche en daarom afhankelijk van de verzorgingsfunctie van het winkelgebied. Een winkel sterk gespecialiseerd in sportartikelen wordt daarom weinig rendabel geacht.

Mogelijkheden voor het openen van een speelgoedwinkel zijn aanwezig. Dergelijke winkels zijn over het algemeen laag drempeliger, de consument zal hier eerder een impuls- of combinatieaankoop doen. Op dit moment heeft de huishoudelijke artikelenzaak buiten het dorpscentrum speelgoedartikelen in zijn assortiment. Het uitbouwen van deze activiteit tot een separate (en zelfstandige) winkel van ca. 100 m² vwo in het dorpscentrum is een goede optie.

Hobby

In Sint-Michielsgestel is momenteel één winkel in de branche aanwezig, een foto-speciaalzaak. De hobbybranche is een branche met veelal kleinschalige winkels, zoals foto-, munten en postzegel-, muziekinstrumenten- en handvaardigheidswinkels. Hierdoor kenmerkt de branche zich ook door een sterke specialisatie. Het draagvlak voor dergelijke winkels is in Sint-Michielsgestel zeer beperkt, een grote toevoeging van nieuwe winkelmeters of nieuwe winkels in deze branche wordt daarom niet reëel geacht.

Media

De mediabranche is beperkt aanwezig in het centrum. Zeker op het schaalniveau van Sint-Michielsgestel kan de diversiteit van deze branche nog iets worden uitgebouwd. Naast de huidige (kleine) boeken- en tijdschriftenwinkel kan de branche aangevuld worden met een kleine cd-winkel. Tevens kan de boeken- en tijdschriftenwinkel zelf uitbreiden tot een winkel van moderne omvang.

Plant en dier

Voor een boodschappencentrum zijn een gespecialiseerde bloemenwinkel en een dierenpeciaalzaak uitermate geschikt om de diversiteit van het winkelaanbod te vergroten. Een kleine bloemenwinkel is momenteel al in het centrum gevestigd. Uitbreiding van deze winkel is mogelijk. Buiten het centrum is een dierenpeciaalzaak gevestigd. Herplaatsing van deze winkel leidt tot een gewenste versterking van het centrum.

Bruin- en witgoed

De branche bruin- en witgoed heeft over het algemeen een beperkte toegevoegde waarde voor winkelgebieden in kleine dorpscentra. Met name bruin- en witgoedzaken worden (afhankelijk van de grootte) sterk doelgericht bezocht. Een relatie met

andere winkels in een boodschappencentrum is beperkt, waardoor een grote bruin- en witgoedwinkel min of meer als solitaire winkel gaat functioneren.

Fietsen- en autoaccessoires

In Sint-Michielsgestel zijn twee lokaal bekende rijwielhandels gevestigd. Eén daarvan is (aan de rand) van het dorpscentrum gevestigd. Een meer centrale plek voor deze winkel in het dorpscentrum is wenselijk. Dit zal zowel ten goede komen aan de aantrekkelijkheid van het dorpscentrum als aan het economisch functioneren van de winkel zelf.

Doe-het-zelf/wonen

De doe-het-zelf- en de woninginrichtingbranche zijn geen branches die normaal gesproken prominent aanwezig zijn in een dorpscentrum. Landelijke trend is juist dat deze branches steeds meer naar de periferie trekken, vanwege ruimtegebrek en bereikbaarheid, e.d. Een grootschalige uitbreiding van deze branches in het dorpscentrum is daarom niet wenselijk.

Indien bestaande kleinschalige winkels willen moderniseren, uitbreiden en naar het dorpscentrum verplaatsen, is dit mogelijk. Er moet echter voor worden gewaakt dat er binnen het dorpscentrum geen grootschalige bewinkeling ontstaat (> 1.000 m² vvo). Een dergelijke ontwikkeling zou het beoogde karakter van het dorpscentrum verstoren.

Horeca

De horeca is in het dorpscentrum zeer beperkt aanwezig, met één gelegenheid; De Zwaantjes. De zaak is een zogenaamd rustpunt binnen het dorpscentrum en past daarmee goed in de beoogde verzorgingsfunctie van het centrum.

Ter aanvulling op het boodschappencentrum kan het aanbod aan horeca nog iets groter worden. Hierbij wordt gedacht aan één of twee nieuwe winkelondersteunende horecavestigingen. Dat wil zeggen dat de openingstijden van deze horeca in grote lijnen moeten aansluiten bij de winkelopeningstijden. Het winkelend publiek kan zodoende gebruik maken van deze horeca. Dit verhoogt de aantrekkelijkheid en verlengt daarmee de verblijfstijd van de consument in het gebied.

Overige publieksgerichte voorzieningen

Op dit moment zijn er verschillende publieksgerichte (niet-winkel) voorzieningen in het dorpscentrum gevestigd, zoals twee kappers, postagentschap, reisbureau. Buiten het dorpscentrum zijn eveneens publieksgerichte voorzieningen. Hieronder zijn ook voorzieningen die een goede aanvulling zijn op het winkelaanbod, zoals een bank of een makelaar. Verplaatsing van deze voorzieningen zal leiden tot een versterking van het winkelgebied. Een nieuwe locatie van deze voorzieningen in een aantrekkelijk winkelgebied met een grote samenhang is ook positief voor de onderneming zelf.

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Consumentenkenmerken

Het koopgedrag van de consument is voortdurend onderwerp van studie. Het gaat in de detailhandel immers om de gunst van de klant en hoe meer de winkelbranche van de klant weet, hoe beter men daarop kan inspelen.

De consumentenpopulatie

De omvang van consumentenpopulatie zal door de relatief geringe groei in Nederland de eerstkomende jaren niet veel veranderen. Wel is de samenstelling aan verandering onderhevig. De belangrijkste veranderingen zijn:

- *Vergr.jzing*: Meer ouderen en (relatief) minder jongeren. De seniorenmarkt wordt dus steeds belangrijker.
- *Culturele en etnisch diversiteit*: Een groter wordende bevolkingsgroep van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten, die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders. Ook vakanties in verre (exotische) landen zijn hierop van invloed (koop- en eetgewoonten).
- *Huishoudensituatie*: Minder traditionele gezinnen. Kinderen gaan eerder het huis uit en er komen meer eenpersoonshuishoudens.
- *Toenemende inkomensverschillen*: met de vergrijzing ontstaat er tevens een groeiende groep kapitaalkrachtige ouderen. Daartegenover staat een toenemend aandeel huishoudens met een beneden modaal inkomen.
- *Arbeidspatronen*: Door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoonshuishoudens) neemt de druk op vrije tijd toe. Dit heeft ook invloed op het koopgedrag. Enerzijds wil men bij het boodschappendoen tijd besparen (snel en efficiënt), anderzijds wordt het (recreatief) winkelen steeds meer gezien als een vorm van vrijetijdsbesteding.

Het koopgedrag

Niet alleen de consument verandert, ook het koopgedrag. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Men is vooral op zoek naar waarde. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, steeds meer rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier. Vooral de factor tijd is van invloed op het koopgedrag en de winkelkeuze.

De volgende trends kunnen worden vastgesteld:

- *Iedere generatie een eigen koopgedrag*: Ouderen houden vooral vast aan het vertrouwde gedragpatronen, maar stellen wel steeds meer eisen op het gebied van kwaliteit, comfort, veiligheid en maatwerk. Jongeren kiezen meer op rationele argumenten en zijn minder behoudend in de keuze van de aankoopplaats.

Zij beschikken namelijk over veel informatie door internet en grote mate van mobiliteit, en zullen meer vergelijkingen maken eer een aankoop wordt gedaan.

- *Mindere tijdsbesteding* aan winkelen en boodschappen doen, ook bij de supermarkt. Wel nemen de totale uitgaven per bezoek toe.
- *Toenemend bezoek grotere winkels en centra*: de consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en grotere winkelcentra.
- *Behoeftte aan gemak*: De consument wil gemak en comfort bij het winkelen en boodschappen doen.
- *Toenemende behoefte aan gemakproducten*: De consument is bereidheid meer geld uit te geven aan 'snelle' levensmiddelen (kant en klaar maaltijden), als daartegenover gemak en tijdwinst staat.

Verwachtingen

Naar verwachtingen (bron: EIM) zullen supermarkten groter dan 1.000 m² vvo hun marktaandeel het meest vergroten en dan vooral ten koste van de speciaalzaken. Ook de supermarkten met 400 tot 1.000 m² zullen inleveren. In brancheonderzoek wordt verwacht dat het aantal service supermarkten < 900 m² in 2010 met de helft zal zijn afgenomen²⁰. Vanuit dit perspectief is het streven naar schaalvergroting van de supermarkten van 400 tot 1.000 m² naar de hoogste categorie (> 1000 m² vvo) verklaarbaar. Daar zal de slag moeten worden gewonnen.

De strijd om de gunst van de consument zal lokaal worden gestreden en wel om de volgende redenen:

- Nederland heeft een relatief dicht netwerk van supermarkten; men hoeft er niet ver voor te gaan.
- De bereidheid om ver te gaan is niet groot.
- De supermarkt zal in assortimentering, acties en diensten rekening moeten houden met de eigen omgeving/klantenkring (inkomenssituatie, samenstelling naar leeftijd, etc.).

Algemene ontwikkelingen van het aanbod

Winkelstructuur algemeen

Nederland heeft een planmatig tot stand gekomen, fijnmazig samengestelde verzorgingsstructuur. Deze was hiërarchisch opgebouwd uit buurt-, wijk- en stadsdeelcentra met daarboven plaatsverzorgende centra of kernwinkelgebieden in binnensteden. Deze structuur is de laatste jaren aan het veranderen. Er ontstaan steeds meer winkeltypen, aankoopplaatsen, winkelconcentraties of andere detailhandelsconcepten die niet zonder meer in de bestaande structuur zijn in te passen.

²⁰ Cap Gemini Ernst&Young, onderzoek naar de levensmiddelenbranche State of the Art.

Nieuwe elementen in de winkelstructuur zijn zogenaamde PDV-locaties, woonboulevards, GDV-concentraties en de Factory Outlet Centra (FOC). Deze nieuwe elementen hebben een autonome trekkracht waarmee ze klanten weten te trekken. In Sint-Michielsgestel kunnen de grootschalige winkels op het bedrijventerrein Venkant als zodanig worden benoemd. Deze bedrijven hebben een duidelijke autonome aantrekkingskracht.

Schaalvergroting en -verkleining

Een andere – ook voor Sint-Michielsgestel – belangrijke trend betreft die van de schaalvergroting. De schaalvergroting uit zich zeer nadrukkelijk bij supermarkten, bouwmarkten en tuincentra. In Sint-Michielsgestel gaat het dan met name om het winkelaanbod in het dorpscentrum. De omvang van de supermarkten daar is aan de kleine kan en daarmee niet aangepast aan de huidige wensen en behoefte van de consument.

Een tegengestelde trend is die van (super)specialisatie en verkleining. In Sint-Michielsgestel is dit onder meer zichtbaar in de diverse levensmiddelspecialzaken met een eigen naam en reputatie tot buiten de plaats.

Combinatie en integratie van voorzieningen

Winkels en ondernemers veranderen voortdurend zowel het dienstenpakket als de presentatievorm om de consument binnen te halen en te laten kopen. De combinatie van winkels met andere functies en voorzieningen wordt gezien als een bindmiddel. De combinatie van detailhandel en horeca-activiteiten (bakkerij met lunchroom) is hier een voorbeeld van. De combinatie van winkelvoorzieningen met commerciële (leisure) en niet-commerciële voorzieningen verhoogt de gebruiks- en belevingswaarde van winkelgebieden. Een dergelijke multifunctionaliteit versterkt de tevens ontmoetingsfunctie, en daarmee de sociale functie van een winkelcentrum (kloppend hart van de plaats en/of gemeente).

De klant is koning

De sterker wordende individualisering van de consument en de informatiemogelijkheden (internet, folders) leiden tot een kritischer opstelling (prijs- en kwaliteitsbewust) en de wens tot meer keuzemogelijkheden. Door de toename van de mobiliteit zijn en de ontwikkelingen aan de aanbodzijde zijn die keuzemogelijkheden ook meer onder handbereik gekomen.

Het feitelijke koopgedrag hangt sterk samen met het soort aankoop dat men wil plegen. Boodschappen willen veel consumenten bijvoorbeeld snel en efficiënt doen, en een goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden spelen dan een grote Bij de aanschaf van artikelen waar men meer een persoonlijke waarde aan hecht kunnen andere zaken belangrijk zijn, zoals sfeer en kwaliteit. De verblijfs- en belevingswaarde van individuele winkels, maar ook van winkelgebieden als geheel

zijn dan vaak doorslaggevend. Overigens blijven factoren als gewoonte en afstand vaak wel meespelen rol in de keuze van de aankoopplaats.

Openbare ruimte

De openbare ruimte is in toenemende mate bepalend voor de kwaliteit en beleving van een winkelgebied. De kwaliteit van de bestrating en de inrichting met straatmeubilair en groenelementen is van invloed op de uitstraling en de allure van het centrumgebied. Hierbij hoort het opschonen van het centrumgebied door zoveel mogelijk obstakels te verwijderen, reclame-uitingen aan banden te leggen en verdere regelgeving voor uitstallingen en bijvoorbeeld ook terrassen op te stellen. Hiermee kan worden gewonnen aan kwaliteit, sfeer en belevingswaarde. De regelgeving schept bovendien duidelijkheid voor gevestigde ondernemers. Bijkomend positief effect is veelal dat panden (eerder) worden opgeknapt en dat de houding van consumenten, bezoekers en ondernemers verbetert voor wat betreft het schoon houden van het centrumgebied.

BEGRIPPENLIJST

Bestedingspotentieel

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

Dagelijkse artikelen

Branches levensmiddelen, tabakswaaren en persoonlijke verzorging (drogisterij-, parfumerie- en medische artikelen). Alle overige hoofdgroepen vallen onder de niet-dagelijkse artikelensector.

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

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

GDV-locatie

Nieuwe concentratie van grootschalige detailhandelsvestigingen, door het Rijk toelaatbaar geacht buiten bestaande winkelconcentraties.

Grootschalige DetailhandelsVestigingen (GDV)

Winkels met over het algemeen meer dan 1.500 m² oppervlak, zoals bedoeld in het Rijksbeleid t.a.v. GDV-locaties, grootschalige detailhandel heeft de oppervlakte als criterium, niet de branchering (zie PDV).

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Koopstromenonderzoek

Telefonische enquête gehouden onder de bevolking van een bepaald gebied (zoals kern, gemeente, regio of provincie). Hiermee is het koopgedrag vast te stellen. Dit wordt uitgedrukt met de begrippen 'koopkrachtbinding' en 'koopkrachtafvloeiing'.

Niet-dagelijkse artikelen

Zie dagelijkse artikelen.

Niet winkelaankopen

Detailhandelbestedingen die niet in gevestigde winkels verricht worden (onder andere warenmarkt, postorder, Internet, etc.).

Overbewinkeling

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

Perifere DetailhandelsVestigingen (PDV)

Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc.: auto's, boten, caravans, brand- en milieugevaarlijke stoffen, tuincentra, bouwmarkten, de gehele woninginrichtingsbranche, waaronder meubelen, keukens en sanitair. Perifere detailhandel heeft de branchering als criterium.

PDV-locatie

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

Verkoopvloeroppervlak (vvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels gedeeld door het voor publiek toegankelijke oppervlak van de betreffende winkels (vvo).

Winkelgebied

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